

Schmacher, Benjamin Abdullah Karl

Mitarbeitermotivation anhand der
Winterbereifung in der
SMS – Schaden Management Service GmbH

eingereicht als

DIPLOMARBEIT

an der

HOCHSCHULE MITTWEIDA (FH)

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Mittweida, Oktober 2014

Erstprüfer: Prof. Dr. Andreas Hollidt

Zweitprüfer: Prof. Dr. Johannes N. Stelling

vorgelegte Arbeit wurde verteidigt am:

**“Zusammenkunft ist ein Anfang.
Zusammenhalt ist ein Fortschritt.
Zusammenarbeit ist der Erfolg.“**

*Henry Ford (1863 – 1947)
US-amerikanischer Automobilhersteller*

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich all jenen Dank schenken, die durch ihre fachliche sowie persönliche Unterstützung zum Abschluss dieser Diplomarbeit beigetragen haben.

Mein Dank gilt Herrn Prof. Dr. Andreas Hollidt für die Hilfe zur Findung dieses interessanten und wichtigen Themas dieser Diplomarbeit und die kompetente und freundliche Unterstützung die er mir entgegenbrachte.

Ein Dank ebenso an Herrn Prof. Dr. Johannes N. Stelling für die Bereitschaft als 2.Prüfer.

Ebenfalls danke ich den Mitarbeitern sowie wie der Geschäftsleitung der SMS Schaden Management Service GmbH und K & P Fahrzeughandels GmbH für die persönliche Unterstützung und tolle Zusammenarbeit.

Mein besonderer Dank gilt meiner Familie und meiner Frau Martina, die während der Studienzeit hinter mir gestanden und mich unterstützt hat.

Schlussendlich danke ich meinen Studienkollegen sowie der Weiterbildungsgruppe für die schöne 2-jährige Studienzeit.

Kurzfassung

Ziel der Diplomarbeit ist es, eine Reifenmarke für das Unternehmen SMS – Schaden Management Service GmbH zu wählen, welche zur Mitarbeitermotivation beiträgt.

Angesichts der Bedingungen der Mitarbeiter als auch des Unternehmens, haben nur Reifenmarken eine Chance, die mit Qualität sowie Preis/Leistung punkten können. Unter Berücksichtigung dieser Bedingungen werden zunächst diverse Informationsunterlagen der möglichen Reifenmarken herangezogen und ausgearbeitet bzw. gegenüber gestellt. Anschließend erfolgt eine Mitarbeiterbefragung im Zuge der Mitarbeitermotivation, in welcher die drei bis vier auserwählten Reifenmarken zur Bewertung freigegeben werden.

Parallel dazu werden Alternativen wie Schneeketten, Allrad, usw. untersucht. Dies dient dazu in Einzelfällen eine Unzufriedenheit abzuwehren. Anschließend erfolgt die Auswertung der Mitarbeiterumfrage und Darstellung der Alternativen.

Den Abschluss bildet ein Resümee bzw. Zusammenfassung der Arbeit sowie eine Auswertung auf Hinblick der Motivation und weitere Vorgehensweise im Unternehmen.

Abstract

The aim of the dissertation is to choose a tyre brand for the enterprise SMS – Schaden Management Service GmbH, which contributes to the employee's motivation.

In view of the conditions of the employees as well as the enterprise, only the tyre brands have a chance which can score with quality as well as price / achievement.

Taking into account these conditions at first various documents of information of the possible tyre brands are pulled up and worked out or confronted. Afterwards an employee's questioning occurs in the course of the employee's motivation in which from three to four selected tyre brands are released for the assessment.

In parallel in addition alternatives are examined like snowy chains, All-wheel, etc. to repulse a discontent with isolated cases of employees. Afterwards the evaluation of the employee's survey and representation of the alternatives occurs.

The completion of this paper is a summary of the evaluation regards on the motivation and of the strategy in the company.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	VIII
Tabellenverzeichnis.....	IX
Abkürzungsverzeichnis	X
Unternehmensbeschreibung	XI
1 Einleitung und Zielsetzung	12
1.1 Problemstellung	12
1.2 Zielsetzung.....	14
1.3 Vorgangsweise.....	15
2 Grundlagen	17
2.1 Rahmenbedingungen	17
2.2 Mitarbeitermotivationsmöglichkeiten	18
2.3 Nutzen des Mitarbeiterfragebogen	23
2.4 Anforderung an die MAB	25
2.5 Darstellung der aktuellen / alternativen Winterbereifungshersteller	26
3 Handhabung der Motivationstheorie anhand der Winterbereifung	29
3.1 Spezielle Aspekte der Winterbereifung	29
3.1.1 Gegenüberstellung der Aspekte der Winterbereifungen.....	31
3.1.2 Aspekte der verwendeten Winterbereifung	33
3.1.3 Aspekte der alternativen Winterbereifung	35
3.1.4 NWA-Auswertung der aktuellen und alternativen Winterbereifung.....	39
3.1.5 Ausarbeitung diverser Alternativen	40
3.2 Mitarbeiterbefragung mittels Fragebogen.....	47
3.3 Auswertung/Analyse des Fragebogens.....	49
3.4 Problematik der Mitarbeitermotivation	50
3.5 Lösungsansätze	52
3.5.1 Einfuhr einer neuen Winterbereifung.....	56
3.5.2 Organisation durch Fuhrparkmanagement.....	58
3.6 Konsequenzen für das Unternehmen.....	59
4 Zusammenfassung.....	61
I Anhang.....	62

I.I	Aufbau des EU-Reifenlabels	62
I.II	EU-Reifenlabel Lassa Snoways II	63
I.III	EU-Reifenlabel Michelin Agilis Plus	64
I.IV	EU-Reifenlabel Continental CONTIVANCONTACT 100	65
I.V	Fragebogen der Mitarbeiterbefragung.....	66
I.VI	Auswertung der Mitarbeiterbefragung	68
I.VI.I	Frage 1: Altersgruppe.....	68
I.VI.II	Frage 2: Kilometerleistung pro Monat [km].....	69
I.VI.III	Frage 3: KFZ-Type	70
I.VI.IV	Frage 4: Welcher Reifentyp ist auf deinem Dienstfahrzeug montiert?	71
I.VI.V	Frage 5: Bereifungsspezifische Fragen.....	72
I.VI.VI	Frage 6: Welche Alternative siehst du als Sinnvoll?.....	73
I.VI.VII	Frage 7: Siehst du Vor-/Nachteile durch die richtige Reifenwahl für das Kollegium?.....	74
I.VI.VIII	Frage 8: Inwieweit kann die richtige/falsche Reifenwahl das Kollegium Motivieren bzw. Demotivieren?	75
I.VI.IX	Frage 9: Lob, Kritik oder Verbesserungsvorschläge zur Abwicklung des Reifenmanagement!	76
	Literaturverzeichnis	VIII
	Ehrenwörtliche Erklärung	XII

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: SMS Group – Die Nr.1 im Schaden Management Service.	XI
Abbildung 2: Eigene Darstellung – Vorgangsweise.....	16
Abbildung 3. Eigene Darstellung – Rahmenbedingungen.	17
Abbildung 4: Miles and Smiles!	27
Abbildung 5: Produktionswerk Hannover-Vahrenwald!	28
Abbildung 6: Y-Ketten.	42
Abbildung 7: Spurkreuz-Ketten.....	42
Abbildung 8: Anzahl-Ketten.....	43
Abbildung 9: Greifstege-Greifglieder.	43
Abbildung 10: Feingliedrig (Kette: oben 12mm, unten 8mm).	43
Abbildung 11: Logo Autohaus Kropiunig & Puff.....	58
Abbildung 12: Aufbau des EU-Reifenlabels.....	62
Abbildung 13: EU Reifenlabel – Lassa Snoways II.....	63
Abbildung 14: EU Reifenlabel – Michelin Agilis Plus.....	64
Abbildung 15: EU Reifenlabel – Continental CONTIVANCONTACT 100.....	65
Abbildung 16: Eigene Aufnahme – Mitarbeiterfragebogen Seite 1 – 3.....	66
Abbildung 17: Eigene Aufnahme – Mitarbeiterfragebogen Seite 3 – 5.....	67
Abbildung 18: Eigene Aufnahme – Auswertung Mitarbeiterfragebogen, Frage 1: Altersgruppe.....	68
Abbildung 19: Eigene Aufnahme – Auswertung Mitarbeiterfragebogen, Frage 2: Kilometerleistung pro Monat [km].....	69
Abbildung 20: Eigene Aufnahme – Auswertung Mitarbeiterfragebogen, Frage 3: KFZ-Type.....	70
Abbildung 21: Eigene Aufnahme – Auswertung Mitarbeiterfragebogen, Frage 4: Welcher Reifentyp ist auf deinem Dienstfahrzeug montiert?.....	71
Abbildung 22: Eigene Aufnahme – Auswertung Mitarbeiterfragebogen, Frage 5: Reifenspezifische Fragen.....	72
Abbildung 23: Eigene Aufnahme – Auswertung Mitarbeiterfragebogen, Frage 6: Welche Alternative siehst du als Sinnvoll?.....	73

Abbildung 24: Eigene Aufnahme – Frage 7: Siehst du Vor-/Nachteile durch die richtige Reifenwahl für das Kollegium?	74
Abbildung 25: Eigene Aufnahme – Frage 8: Inwieweit kann die richtige/falsche Reifenwahl das Kollegium Motivieren bzw. Demotivieren?	75

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Eigene Darstellung – Aufstellung der Fahrzeugmodelle im Unternehmen.....	12
Tabelle 2: Eigene Darstellung – NWA – Lassa Snoways II.	34
Tabelle 3: Eigene Darstellung – NWA – Michelin Agilis Alpin.....	36
Tabelle 4: Eigene Darstellung – NWA – Continental CONTIVANCONTACT 100.....	38
Tabelle 5: Eigene Darstellung – NWA – Auswertung der verschiedenen Bereifungstypen.	39
Tabelle 6: Eigene Darstellung – Kostenaufstellung der verschiedenen Bereifungstypen.	39
Tabelle 7: Eigene Darstellung – Gegenüberstellung der Alternativen.	53
Tabelle 8: Eigene Darstellung – Frage 9: Lob, Kritik oder Verbesserungsvorschläge zur Abwicklung des Reifenmanagement!	76

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	=	Absatz
ABS	=	Anti-Blockier-System
Aufl.	=	Auflage
bd.	=	Band
bzw.	=	beziehungsweise
ca.	=	circa
d.h.	=	das heißt
etc.	=	Et cetera
GF	=	Geschäftsführung
GL	=	Gebietsleiter
Kba	=	Kundenberater
Kbt/SAN	=	Kundenbetreuer / Sanierung
Kbt/TR	=	Kundenbetreuer / Trocknung
LO	=	Leckortungstechniker
MBA	=	Mitarbeiterbefragung
NL	=	Niederlassungsleiter
No.	=	Number
Nr.	=	Nummer
NWA	=	Nutzwertanalyse
PKW	=	Personenkraftwagen
S.	=	Seite
Skt	=	Sekretariat
usw.	=	und so weiter
z.B.:	=	zum Beispiel

Unternehmensbeschreibung

SMS GROUP – Schaden Management Service GmbH ist ein junges, dynamisches Unternehmen, das mittlerweile mit 20 Standorten in Österreich, 2 Standorten in Deutschland sowie 2 in Ungarn vertreten ist. An all diesen Standorten bieten wir eine komplette Palette von Produkten und Dienstleistungen rund um Wasserschadensanierung, Brandsanierung, Bautrocknung, Leckageortung, Schimmelpilzsanierung und vielem mehr an.¹

Da das Unternehmen dezentral aufgestellt ist und verschiedenste Arten von Fahrbahnen bzw. Fahrbahnverhältnissen wie Nässe, Eis, usw. vorgefunden werden, ist das Thema Mitarbeitermotivation unter Berücksichtigung der Winterbereifung des Fuhrparks und der dazugehörigen Kosten/Nutzen Darstellung immer mehr in den Vordergrund getreten!



Abbildung 1: SMS Group – Die Nr.1 im Schaden Management Service.²

¹Vgl. SMS Schaden Management Service GmbH(2014): HOME | Wasserschaden Brandschaden Schimmelpilz – SMS Group, Stichwort: Philosophie, <http://www.sms-group.at/en/unternehmen/philosophie>.

²Abbildung 1: SMS Schaden Management Service GmbH(2014): HOME | Wasserschaden Brand-schaden Schimmelpilz – SMS Group, <http://www.sms-group.at/en/>, 11. November 2013.

1 Einleitung und Zielsetzung

1.1 Problemstellung

Der derzeitige Fuhrpark besteht aus 124 Fahrzeugen sowie weiteren 20 Fahrzeugen aus Tochterunternehmen, wobei ein relativ hoher Prozentsatz mit Reifen der Marke Lassa für den Winter- als auch Sommerbetrieb ausgestattet sind. Es muss erwähnt werden, dass die Umstellung auf die günstigere Reifentype in einem Zeitraum von eineinhalb Jahren stattgefunden hat, jedoch nicht vollzogen wurde, sofern der am Fahrzeug montierte Reifen noch in Ordnung war. Ebenfalls ist zu erwähnen, dass der Fuhrpark aus mehreren Fahrzeugmodellen besteht und somit unterschiedliche Reifendimensionen erforderlich sind.

Folgende Fahrzeugmodelle der Marke Renault stehen zur Verfügung:

KFZ	Verwendung	Dimension
Clio Grandtour	Skt	185/65 R15 88T; 6,0 J 15-40
Megane Grandtour	Kba	195/65 R15 91T; 6,50 J 15-43
Kangoo Grand	Kba / NL	195/65 R15 95T
Trafic Kastenwagen L1H1	Kbt/TR & /SAN	205/65 R16 C(107/105)T
Trafic Doppelkabiner L1H1	LO	205/65 R16 C(107/105)T
Trafic Kastenwagen L2H1	Kbt/SAN	215/65 R16 C(106/104)T
Espace (Grand)	NL, GL (GF, Assistenz d. GF)	225/55 R17 C

Tabelle 1: Eigene Darstellung – Aufstellung der Fahrzeugmodelle im Unternehmen.³

³Tabelle 1: Eigene Darstellung – Aufstellung der Fahrzeugmodelle im Unternehmen.

Bis dato gab es zu den Sommerreifen des Herstellers Lassa kaum negative Anmerkungen. Sofern negative Anmerkungen bzgl. der Sommerreifen geäußert wurden, gab es diese auch bei deutlich, hochwertigeren Reifenherstellern wie Michelin und Continental. Aus diesem Grund wurde dies als Toleranz gewertet. Konträr hingegen ist es bei der Winterbereifung. Hier kamen nach Einfuhr des günstigeren Reifenherstellers Lassa mehrere negative Äußerungen, welche nicht mehr als Toleranz angesehen werden konnten.

Dass die Mitarbeitermotivation durch Reifen am Fahrzeug beeinflusst werden kann, war dem Unternehmen vorerst nicht bewusst bzw. wurde über diese Thematik nie nachgedacht. Es war auch der Geschäftsführung als solches nicht ganz offenkundig, wieso dies solche Auswirkungen auf die einzelnen Mitarbeiter haben könnte.

Schlussendlich wurde dem Unternehmen der Ernst der Lage erst nach persönlichen Gesprächen mit dem Kollegium bewusst. Indirekte Hinweise diesbezüglich entnahm man aus diversen Kundenrückmeldungen, welche darauf hingewiesen haben, dass Kollegen keinen Respekt bzw. erforderliche Art vor dem Kunden darstellten. Diese Rückmeldungen waren verstärkt im Winter aufgetreten und von Kundschaften, welche das Anliegen in gebirgigen Gebieten besaßen.

1.2 Zielsetzung

Das Ziel dieser Diplomarbeit ist es, die zurzeit herrschende Unzufriedenheit im Unternehmen bzw. der Tochterunternehmen des Kollegiums aufzuzeigen und zu versuchen, die Demotivation als solches zu minimieren bis hin zur Elimination.

Die Unzufriedenheit, welche durch Fahrzeugbereifung im Winter bei dem Kollegium hervorgerufen wird, stellt auch Risiken für das Unternehmen dar, wie:

- Kaum termingerechte Projektabwicklungen
- Unbewusste, negative Handlungen gegenüber dem Kunden
- Überschwankung der Mitarbeiterdemotivation an weitere Kollegen
- Imageschaden
- Etc.

Durch detaillierte Erläuterung diverser Winterbereifungen des Fuhrparks sowie Ausarbeitung individueller Alternativen, ist es das Ziel, die Demotivation des Kollegiums zu stoppen und zu eliminieren.

In der gesamten Ausarbeitung wird natürlich auch der finanzielle Mehraufwand sowie Kosten/Nutzen der Umstellung berücksichtigt. Die Mehrkosten müssen im Verhältnis zur Produktivität und Motivationsfähigkeit des Mitarbeiters stehen. Es wäre gut möglich, bei geringem Verständnis diverser Mitarbeiter eine gemeinsame Trennung als Lösung zu sehen, bevor diese Demotivation weitere Kollegen erfasst, welche nicht unmittelbar mit diesem Thema in Zusammenhang stehen.

1.3 Vorgangsweise

Im ersten Schritt wird die benötigte Theorie zu dem Thema Motivationstechniken sowie den einzelnen Reifenherstellern gesammelt. Des Weiteren werden Datenblätter, Spezifikationen, usw. zu den einzelnen Reifenmodellen in Zeitschriften, Internet, Autohändler, etc. zusammengeführt.

Der eigentliche Prozess beginnt mit der Analyse der IST-Situation, Auswertung mittels Nutzwertanalyse, auf die eine Mitarbeiterbefragung mittels Fragebogen folgt. Der Fragebogen ist speziell auf das Thema Winterbereifung, Nutzen sowie die dazugehörige Einschätzung der Motivationsfähigkeit des Kollegiums der Reifenwahl im Fuhrpark ausgelegt. Im gleichen Zuge erfolgt eine Gegenüberstellung der Winterbereifung mit den Ergebnissen der NWA sowie der Anschaffungskosten der zur Verfügung stehen Reifentypen. Alternativen werden indes kurz erläutert und ihre Vor- und Nachteile ausgearbeitet.

Eine anschließende Auswertung der Mitarbeiterbefragung soll die vorhanden Ergebnisse festigen bzw. andernfalls eine Richtung festlegen. Bei Fällen, wo keine Richtung ersichtlich ist, gibt es die Möglichkeit zusätzliche Alternativen auszuwählen.

Weiters wird bei speziellen Fällen darauf geachtet, ob eine Motivation möglich ist oder ob der Kollege schon so demotiviert ist, dass er bereits innerlich gekündigt hat und keine Änderung bzw. kein Alternativeinsatz die Einstellung wenden könnte.

Den Abschluss bildet eine Zusammenfassung des Zusammenhangs zwischen der Theorie und Praxis dieser Arbeit.

Weiteres werden bereits umgesetzte Maßnahmen sowie die zukünftige Vorgehensweise erläutert.

Grafische Darstellung der Vorgangsweise

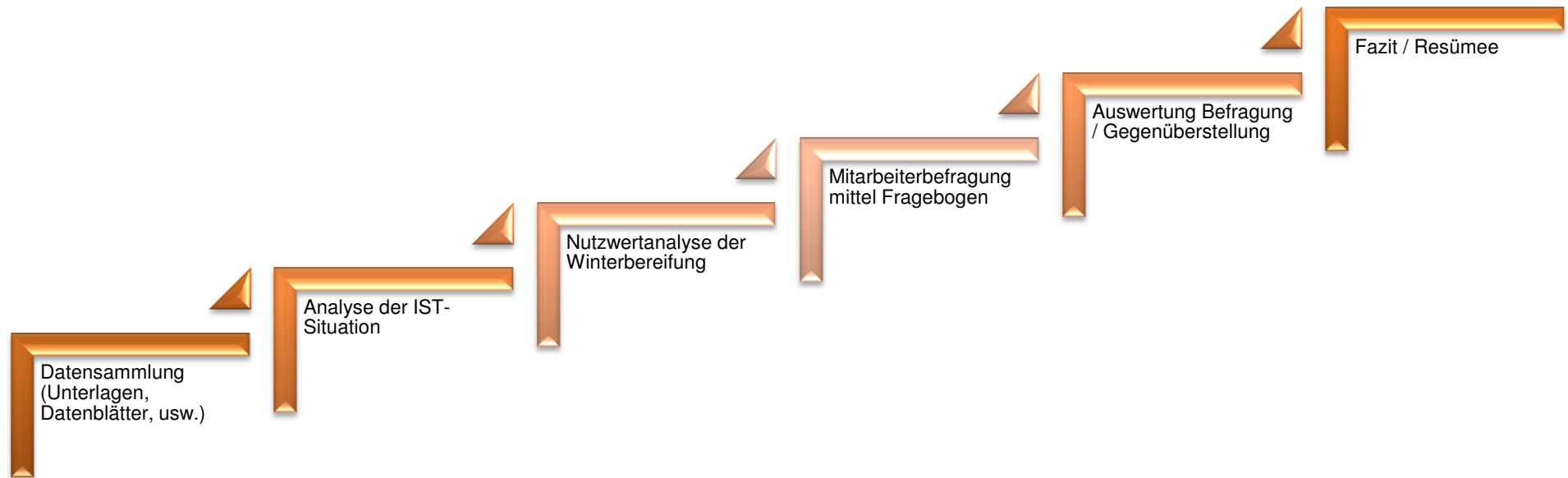


Abbildung 2: Eigene Darstellung – Vorgangsweise.⁴

⁴Abbildung 2: Eigene Darstellung – Vorgangsweise.

2 Grundlagen

2.1 Rahmenbedingungen

Rahmenbedingungen des Unternehmens stellen Forderungen dar, welche sich im positiven Sinne ändern sollen.

Für die Geschäftsführung sind die wirtschaftlichen Aspekte von großer Bedeutung, hingegen sieht das Fuhrparkmanagement ausschließlich die Reifenparameter. Die Motivation wird nicht nur von den Mitarbeitern ins Auge gefasst, sondern ist dies ein Anliegen der Geschäftsleitung, welches zur Erhöhung des gesamten Arbeitsklimas im Unternehmen führen soll.

Ziel ist es, mit den Rahmenbedingungen eine Reifenwahl zu treffen, welche langfristig gilt um somit die Motivation zu steigern bzw. Möglichkeiten zur Motivationssteigerung zu schaffen.

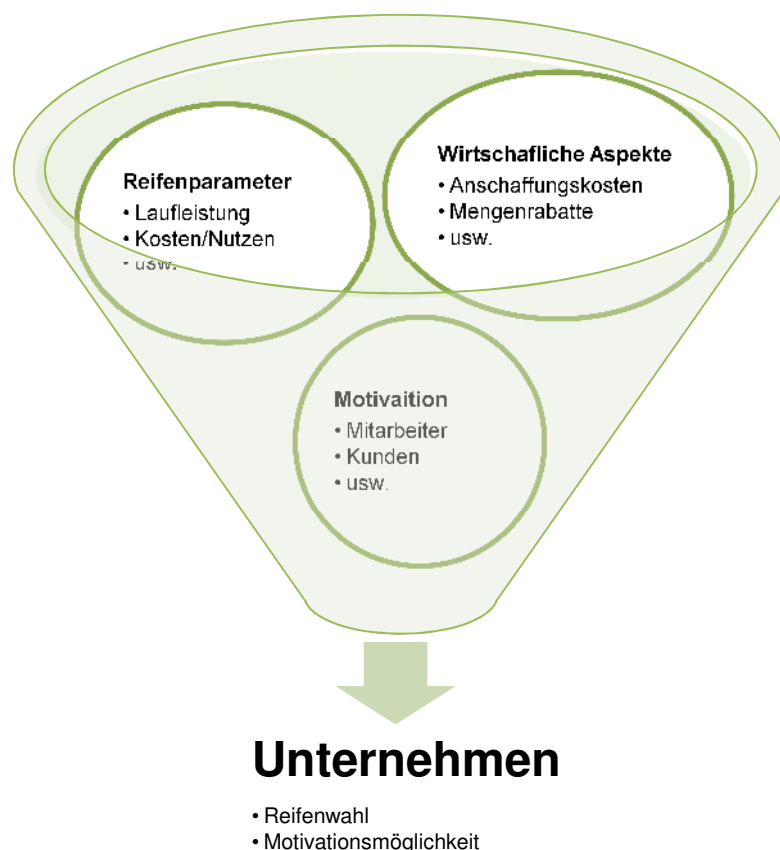


Abbildung 3. Eigene Darstellung – Rahmenbedingungen.⁵

⁵Abbildung 3: Eigene Darstellung – Rahmenbedingungen.

2.2 Mitarbeitermotivationsmöglichkeiten

Zum Thema Motivationstheorien findet man stapelweise Literatur, welche sich in Motivation durch Vorgesetzte oder Eigenmotivation unterscheidet.

Unter Motivation versteht man ebenfalls die Verhinderung einer Demotivation als auch durch Anerkennung und Lob.

Grundsätzlich ist darauf zu achten, dass erwünschtes bzw. positives Verhalten belohnt wird und unerwünschtes bzw. negatives Verhalten ignoriert, jedoch auf keines Falls bestraft wird.

Nicht der Erfolg soll verstärkt werden, sondern das Verhalten, welches zum Erfolg führt bzw. geführt hat.

Belohnung je nach Situation!

Ungleiche Leistungen mit dem Gleichen zu belohnen, ist psychologisch sehr ungeschickt, da dadurch die Motivation untergraben wird.

Die Belohnung gegenüber Anderen und sich selbst sollte immer der Leistung angepasst werden.

Vom richtigen Zeitpunkt!

Motivationsreize sind nur dann verhaltenswirksam, wenn sie unmittelbar mit dem Verhalten in Berührung stehen. Motivationsverstärker können unweigerlich zu spät kommen!

Alle Tätigkeiten brauchen Verstärkung!

Tätigkeiten, welche im Unternehmen als selbstverständlich gesehen werden bzw. eine gewisse Routine in sich haben, erfahren nie ein Lob oder Dank. Erst, wenn die alltäglichen Vorgänge nicht mehr funktionieren, wird man auf sie aufmerksam. Dies führt teilweise zu Demotivation bis hin zur innerlichen Kündigung. Speziell Gewinn und absatzbezogene Tätigkeiten fallen hier zu Lasten.

Manche Tätigkeiten, die in einem Betrieb selbstverständlich laufen, erfahren eigentlich nie Lob. Erst wenn sie einmal nicht mehr funktionieren wird man auf sie aufmerksam, und dies dann in einem negativen Licht. Dies führt zu Demotivierung und innerer Kündigung. Tätigkeiten, die direkt mit Gewinn und Absatz zusammenhängen, fallen dabei viel mehr ins Gewicht.⁶

Motivation durch Verhinderung der Demotivation:⁷

Vermeidung durch Demotivation ist die beste Motivation hört sich etwas paradox an, aber Theorie sowie Praxis beweisen jedoch das Gegenteil.

Es hört sich einfach an, jedoch beweist die Praxis immer wieder, dass dies nicht so ist.

Stärken Sie Ihr Team gegen Demotivation und achten Sie darauf, dass Sie die Verhaltensregel zur Demotivation ins Unternehmen bzw. Führungsebene integriert werden.

Neun Verhaltensweisen, wie Mitarbeiter **demotiviert** werden können:⁸

1) Fehlender Gestaltungsraum

Der Vorgesetzte gibt den Mitarbeiter nicht das Gefühl, dass er das Ziel gemeinsam erreichen will. Typische Aussagen wie „Das machen wir schon immer so“ oder „So ist es am besten“ stärken das Gefühl. Der Stellenwert im Unternehmen ist aus Sicht des Mitarbeiters nicht mehr sichtbar.

2) Eingriffe in das Aufgabengebiet

Dieses Verhalten findet man oft bei Führungskräften, welche aufgestiegen sind. Sie finden sich in Ihrem neuen Aufgabengebiet nicht zurecht

⁶Vgl. Literatur: Motivationstechniken, Pocket Business, Cornelsen Verlag, Letzte Auflage 2004, ISBN: 3-589-21909-2.

⁷Vgl. Vorgesetzter.de, Stichwort: Motivationstechniken / Steigerung der Mitarbeiter durch Anerkennung und Lob, online im Internet:

<http://www.vorgesetzter.de/mitarbeitermotivation/motivationstechniken/motivation/mitarbeitermotivation-lob/>, 31.März 2014.

⁸Vgl. Vorgesetzter.de, Stichwort: Motivationstechniken / Mitarbeitermotivation heißt vor allem: Demotivation verhindern, online im Internet:

<http://www.vorgesetzter.de/mitarbeitermotivation/motivationstechniken/motivation/motivation-demotivation/>, 31.März 2014.

und greifen auf Altbekanntes zurück. Sie dekretieren sich nicht nur selbst sondern demotivieren mit Ihrem Eingriff auch Mitarbeiter.

3) Verweigerung von Kompetenzen

Wenn Führungskräfte Aufgaben außerhalb deren Kompetenzbereich erteilen, erreichen sie nicht nur die Demotivation von Mitarbeitern sondern erwecken den Anschein nur „Diener“ zu sein.

4) Fehlende Informationen

In der heutigen Zeit ist Wissensmanagement ein Muss für jede Führungskraft, sowie dass der Informationsfluss an die Mitarbeiter einen Wettbewerbsvorteil darstellen kann. Wird dies nicht berücksichtigt, werden die Arbeitsprozesse, die Zielerreichung, usw. sehr stark gefährdet, das die Mitarbeiter nicht rechtzeitig über anstehende Neuigkeiten erfahren und somit dies nicht in den Alltag einfließen lassen können. Weiters wird das Gefühl der Unwichtigkeit an den Mitarbeiter übermittelt.

5) Keine oder unrealistische Ziele

Werden Ziele ungenau bis kaum formuliert und so mit den Mitarbeitern vereinbart, ist dem Mitarbeiter nicht klar, was er genau erreichen soll. In diesem Fall kann es durchaus zu „Arbeiten nach Vorschrift“ der einzelnen Mitarbeiter kommen. Sie beginnen nur mehr abzuarbeiten und bringen die eigenen Ideen nicht mehr mit ein. Realistische Ziele führen nicht nur zur Eigenverwirklichung sondern auch zur gezielten Motivation.

6) Fehlende Anerkennung

Wenn Vorgesetzte nur Missstände wahrnehmen und die Ergebnisse als Normalzustand sehen, ist das Gefühl der fehlenden Anerkennung vorprogrammiert. Werden nur Gespräche mit kritischem Inhalt geführt, schafft das kein Vertrauen. Wird „Standard-Lob“ öfters angewandt, wird dieses nicht ernst genommen.

7) Keine transparenten Entscheidungen

Werden die gesamten Entscheidungen allein von den Vorgesetzten gefällt und durchgesetzt, wird das Gefühl an Unwichtigkeit des Mitarbeiters als solches übermittelt. Gleichgültigkeit ist das Feedback des jeweiligen Mitarbeiters.

8) An Erfolgen nicht teilhaben lassen

Wird Mitarbeitern immer nur Misserfolg und kein Erfolg nahe gebracht bzw. angerechnet, wird es sehr schwer, weiterhin freiwillige Mitarbeiter zu finden, welche sich im Team integrieren wollen.

9) Verletzende Urteile

Niemand ist fehlerfrei. Weiters besitzt nicht jeder Vorgesetzte die Fähigkeit, sachbezogene Kritik zu äußern. Greift man einen Mitarbeiter persönlich an, verletzt man ihn nicht nur, sondern wirkt auch wenig vertrauenswürdig und fördert keinesfalls die Zusammenarbeit.

Zu den oben angeführten Varianten, wie man es besser nicht machen sollte, gibt es natürlich Motivation durch Anerkennung und Lob:⁹

1) Wertschätzung

Grundsätzlich sollte man die Mitarbeiter so behandeln, wie man selbst von den Mitarbeitern behandelt werden will.

Mit der Wertschätzung würdigt man die Anwesenheit des Mitarbeiters im Unternehmen. Sie ist unweigerlich zur Entwicklung von Motivation und Tatendrang erforderlich.

Alle Mitarbeiter sollten das Gefühl haben, gleich behandelt zu werden und frei von Vorurteilen sein. Höflichkeit als auch freundlicher Umgang wie „bitte“ oder „Guten Tag“ gehören dazu.

⁹Vgl. Vorgesetzter.de, Stichwort: Motivationstechniken / Steigerung der Mitarbeiter durch Anerkennung und Lob, online im Internet:
<http://www.vorgesetzter.de/mitarbeitermotivation/motivationstechniken/motivation/mitarbeitermotivation-lob/>, 31.März 2014.

2) Anerkennung

Der nächste Schritt ist Anerkennung – dies ist die Vorstufe zum Lob. Es ist für Mitarbeiter geeignet, welche geschätzt werden, jedoch keine herausragenden Leistungen vollbringen. Diese Mitarbeiter sind wichtig, da sie großteils die alltäglichen Routinearbeiten leisten. Anerkennung sollte nicht nur sporadisch an die Mitarbeiter abgegeben werden. Es sollte jedoch sichergestellt werden, dass die Mitarbeiter den Unterschied zwischen Lob und Anerkennung bemerken.

3) Lob

Außergewöhnliche und herausragende Leistungen werden mit einem Lob gewürdigt. Das Lob soll sachbezogen, konkret und vor allem zum richtigen Zeitpunkt auf richtige Art und Weise den Mitarbeiter nahegebracht werden.

4) Belohnung

Die Kombination von Lob und einer materiellen bzw. immateriellen Vergünstigung, stellt eine zusätzliche Motivation für den Mitarbeiter dar.

Praxisbeispiele der Belohnung sind Dienstfahrzeuge, Gehaltserhöhung, Nutzung von Firmenrabatten bei Fremdfirmen, Weiter- und Ausbildungsmöglichkeiten.

Die individuellen Wünsche als auch Bedürfnisse der Mitarbeiter können oftmals durch kurze Gespräche abgeleitet werden. Direktes Ansprechen von Wünschen und Vorstellungen des jeweiligen Mitarbeiters wirkt sehr oft überraschend, bewirkt jedoch die Erkenntnis, welche Mitarbeiter mit welcher Belohnung sich richtig entfalten würden.

2.3 Nutzen des Mitarbeiterfragebogen

Um die Meinungen der Mitarbeiter des Unternehmens für unternehmerische Zwecke zu nutzen, wird eine MAB mittels Mitarbeiterfragebogen erstellt. Dieser wird online erstellt, da das Unternehmen rund 160 Mitarbeiter beschäftigt, welche dezentral aufgestellt sind.

Es ist durchaus möglich bzgl. der wissenschaftlichen Aussagekraft eines Fragebogens ausfindig machen, wie soziale Kompetenzen mit diversen anderen Kompetenzen in Beziehung miteinander stehen.¹⁰

Vorteil des Fragebogens ist, wenn eine Befragung vieler Personen erforderlich ist, welche dezentral aufgestellt sind. Sofern der Fragebogen online gestellt wird, hat jede befragte Person die Möglichkeit die Umfrage zu unterbrechen und nach gegebener Zeit wieder weiterzuführen.

Hingegen gibt es auch Nachteile wie z.B.: eine unehrliche Beantwortung der Fragen durch Teamwork oder durch gezielte Manipulation des Ergebnisses.

Es ist daher abzuwiegen, ob den befragten Personen ein solch großes Vertrauen geschenkt wird, um die Befragung online durchzuführen, was in diesem Fall auch zutrifft.

Fragebögen wirken je nach Thema und Personen unterschiedlich. Wenn das Thema eine demotivierende Wirkung auf die befragte Person besitzt, ist eine Onlineumfrage eine sehr sinnvolle Variante um eine ehrliche und konstruktive Antwort zu erhalten.

Ist dem Mitarbeiter das Thema eher unwichtig und dieser sieht keine Motivation/Demotivation darin für seine Person, wird dieser Fragenbogen meist unwahrscheinlich ausgefüllt und wird als Lückenfüller während der Arbeitszeit angesehen.

¹⁰Vgl. Franz Schrott, Shahram Azizi, Ghanbari, Bildungsstandards, Kompetenzdiagnostik und kompetenzorientierter Unterricht zur Qualitätssicherung des Bildungswesens, Eine problemorientierte Einführung in die theoretischen Grundlagen, Waxmann Verlag GmbH, Letzte Auflage 2012, S. 47, ISBN: 978-3-8309-2635-1.

„Fragebogen und seine Items sind Dreh- und Angelpunkt einer MAB“¹¹

Items sind in der Regel Mittelwerte der Itemmittelwerte, verdichten Informationen, sind unempfindlich gegen Schwankungen und Stichprobeneffekt sowie vergleicht Trends.¹²

Bedeutung der Items:¹³

- Items: Erwartet Reaktionen auf gestellt Fragen
- Offene Items: Die Motivation des Befragten mit eigenen Worten zu formulieren steigt
- Geschlossene Items: Begrenzt die Antwortmöglichkeiten des Befragten

Dieser Fragebogen befasst sich mit der IST-Situation im Unternehmen, sowie mit der Befragung der kritischen Betrachtung der einzelnen Mitarbeiter dieses Themas als auch Lösungsansätze bzw. verschiedenste Bereifungsmodelle, welche zur Auswahl stehen.

¹¹Verena, Kösters, Jutta, Benteler, Tobias, Elsner, Tobias, Korff, Stephan, Seibert, Kai, Schürzholz: Universität Paderborn, Mitarbeiterbefragungen, 15.01.2007, online im Internet: http://groups.uni-paderborn.de/psychologie/scha_Gruppen-Teams_Mitarbeiterbefragung.pdf, S.23, 27.08.2014.

¹²Vgl. Verena, Kösters, Jutta, Benteler, Tobias, Elsner, Tobias, Korff, Stephan, Seibert, Kai, Schürzholz: Universität Paderborn, Mitarbeiterbefragungen, 15.01.2007, online im Internet: http://groups.uni-paderborn.de/psychologie/scha_Gruppen-Teams_Mitarbeiterbefragung.pdf, S.53, 27.08.2014.

¹³Vgl. Verena, Kösters, Jutta, Benteler, Tobias, Elsner, Tobias, Korff, Stephan, Seibert, Kai, Schürzholz: Universität Paderborn, Mitarbeiterbefragungen, 15.01.2007, online im Internet: http://groups.uni-paderborn.de/psychologie/scha_Gruppen-Teams_Mitarbeiterbefragung.pdf, S.23, 27.08.2014.

2.4 Anforderung an die MAB

Um die Aussagekraft der MAB mittels Fragebogen gezielt einsetzen zu können, müssen die Anforderungen zur Bewertung definiert werden.

Wie bereits erwähnt, spielt die IST-Situation im Unternehmen eine wichtige Rolle. In diesem Fall wird gezielt nach der Unzufriedenheit der einzelnen Mitarbeiter im Zusammenhang mit der KFZ-Type sowie Bereifungsvariante gefragt.

Dem Mitarbeiter muss das Gefühl übermittelt werden, dass der Fragebogen zur Optimierung der Winterbereifung führt und unnötige Stresssituationen und Demotivationen verhindert werden.

Ebenfalls soll die MAB in Bereiche aufgeteilt werden wie Allgemein, Bereifung, sowie Motivation.

Im Bereich Allgemein wird grundsätzlich das Fahrzeug identifiziert, um die weiteren Bereiche deuten zu können.

Im zweiten Bereich, Bereifung, wird vorab der aktuell, montierte Reifentyp geklärt und anschließend folgen spezifische Fragen wie Zufriedenheit, Kraftstoffverbrauch, Preis / Leistung und Verhalten auf unterschiedlichen Fahrbahnobergründen. Natürlich wird auch nachgehakt, ob der Mitarbeiter eine Alternative als sinnvoll sieht oder nicht.

Als dritten und letzten Bereich wird der Bereich Motivation befragt. Hier hat der Mitarbeiter die Möglichkeit seine Sicht in Zusammenhang der Vor- und Nachteile sowie De- und Motivation zu beurteilen. Da dieses Thema sehr sensibel zu behandeln ist, kann zusätzlich eine Gewichtung gesetzt werden.

Schlussendlich hat der Mitarbeiter noch die Möglichkeit eigene Gedanken hinsichtlich Lob, Kritik oder Verbesserungsvorschlägen zur Abwicklung hinzuzufügen.

2.5 Darstellung der aktuellen / alternativen Winterbereifungshersteller

Um einen kurzen Überblick über den aktuellen Winterreifenhersteller Lassa sowie den alternativen Winterreifenhersteller Michelin und Continental zu erhalten, werden diese kurz vorgestellt.

Aktueller Reifenlieferant, Lassa:¹⁴

1974 wurde Lassa von der Sabanci Gruppe gegründet, welche führend im Mischkonzern der Türkei tätig war und begann 1978 mit der Erstproduktion. 1988 wurden die Sabanci Gruppe sowie Bridgestone Corporation aus Japan Partner eines Joint Venture. Das daraus resultierende Unternehmen BRISA - Bridgestone Sabanci Tyre Manufacturing and Trading Inc.

BRISA stellt auf einer Fläche von 260.000 m² über 400 verschiedene Reifentypen für ein breites Spektrum her. Das Werk, welches von der Sabanci Gruppe errichtet wurde, steht ca. 100km östlich von Istanbul entfernt.

2003 bis 2008 wurden rund 168 Mio. US\$ in die Erweiterung von Produktionskapazitäten auf 10,5 Mio. Reife, Werkmodernisierungen, Technologieausbau und Produktionsflächenerweiterung auf 300.000 m² investiert.

Mittlerweile ist BRISA größter Reifenhersteller in der Türkei und fünftgrößter in Europa. Eigene Forschungs- und Entwicklungszentren sowie Labors, welche über Standard- und komplexen Spezialtestmittel verfügen. BRISA setzt auf neueste Technik sowie den letzten Stand der Technik, um in Zukunft weiterhin optimale Produkte mit höchster Qualität zu produzieren und zu liefern.

¹⁴Vgl. AUTO PLUS Fahrzeugzubehör GmbH, Stichwort: Unternehmen, online im Internet: <http://www.lassa.at/lassa/176/unternehmen.html>, 22. Juli 2014.

Alternativer Reifenlieferant, Michelin:¹⁵

1889 wurde der Grundstein des heutigen Michelins Konzern gelegt. Die Brüder André und Edouard Michelin, gebürtige Franzosen, entschlossen sich die Leitung des Familienunternehmens in Clermont-Ferrand (Frankreich), welches Kautschuk verarbeitet, zu übernehmen. Ab diesen Moment nannte man es Michelin & Compagnie.

1975 vertrieb Michelin erstmalig einen Reifen und Felgen kombiniert, welcher unter dem Namen TRX lief. Daraus ergab sich eine optimale Straßenlage.

Kurz darauf, 1979 fuhr das Ferrari Team in der Formel 1 den Weltmeistertitel mittels Reifen von Michelin ein, womit die Qualitätsprobe auf höchstem Niveau mit Radialreifen bestanden wurde.

1984 wurde das Patent auf Radialreifen für Motorräder erlangt, womit die Markteinführung 1987 gesichert war.



Abbildung 4: Miles and Smiles!¹⁶

¹⁵Vgl. Michelin Reifenwerke AG & Co. KGaA, Stichwort: Geschichte, online im Internet: <http://www.michelin.at/unternehmen/geschichte>, 22. Juli 2014.

¹⁶Abbildung 4: Michelin Reifenwerke AG & Co. KGaA, Stichwort: Geschichte, online im Internet: <http://www.michelin.at/unternehmen/geschichte>, 22. Juli 2014.

Alternativer Reifenlieferant, Continental:¹⁷

1871 wurde die Continental-Caoutchouc- und Gutta-Percha Compagnie in Form einer Aktiengesellschaft in Hannover gegründet. Unter anderem begann man vorerst mit der Herstellung von Weichgummiwaren, gummierte Stoffe und Massivbereifungen für Kutschen und Fahrräder.

1898 begann man mit der Produktion der profillosen Automobil Luftreifen am Standort Hannover-Vahrenwald.

Kurze Zeit später, 1900, wurde ein Continental-Ballonstoff zur Abdichtung der Gaszellen im ersten, deutschen Luftschiff Z1 angefertigt.

1904 erreichte das Unternehmen den nächsten Meilenstein und entwickelte erstmalig Profilreifen für Automobile.

Continental entschloss sich ebenfalls für den Motorsportweg und erfand 1908 die abnehmbare Felge für Tourenwagen, welche Zeit und Kraft bei Reifenwechsel sparte.

1921, zum 50. Jubiläum brachte Continental als erstes deutsches Unternehmen den Cord-Reifen auf den Markt, welcher den mit geschmeidigen Leinenvollgewebe Reifen ablöste. Die in diesem Jahr erstmals produzierten Luftreifen verdrängten die übliche Massivbereifung an Nutzfahrzeugen.



Abbildung 5: Produktionswerk Hannover-Vahrenwald!¹⁸

¹⁷Vgl. Continental Aktiengesellschaft, Stichwort: Geschichte, online im Internet: http://www.continental-corporation.com/www/portal_com_de/themen/continental/geschichte/, 22. Juli 2014.

¹⁸Abbildung 5: Continental Aktiengesellschaft, Stichwort: Geschichte 1898, online im Internet: http://www.continental-corporation.com/www/portal_com_de/themen/continental/geschichte/, 22. Juli 2014.

3 Handhabung der Motivationstheorie anhand der Winterbereifung

3.1 Spezielle Aspekte der Winterbereifung

Winterbereifungen an Fahrzeugen sind in Österreich vom 1. November bis 15. April Pflicht, welche auf alle Achsen des PKWs sowie auf Anhänger gilt.

Da dies natürlich ein Gesetz ist, müssen Bereifungen in diesem Zeitraum diverse Eigenschaften erfüllen.¹⁹

Beispiel anhand eines Winterreifens der Fahrzeugtype Renault Trafic Kastenwagen L1H1 mit der Dimension 205/65 R 16 C (107/105) R 8 PR M+S:²⁰

205	Nennquerschnittbreite [mm]
65	65% der Nennquerschnittbreite
R	Radialreifen
16	Nenndurchmesser der Felge [Zoll]
C	commercial = Nutzfahrzeuge
107/105	Load-Index(LI) = Tragfähigkeitskennzahl Einzelrad/Zwillingsrad
R	Speed-Index(SI) = Höchst- und Dauergeschwindigkeit von 170 [km/h]
8 PR	Ply Rating-Zahl = Wird durch den Load-Index ersetzt und gab früher die tatsächlichen Lagenanzahl eines Reifens an
M+S	Matsch und Schnee

Unterschreitet der Winterreifen eine Profiltiefe von 4,0mm, verliert er die Winter-tauglichkeit und gilt vor dem Gesetz nicht mehr als Winterreifen. Identische Ansicht natürlich bei Winterreifen an Anhängern.

¹⁹Vgl. VRÖ – Verband der Reifenspezialisten Österreichs: Rechtsfibel Ausgabe 2013 - Verband der Reifenspezialisten Österreichs - 5. neuüberarbeitete Auflage – Wien, 2013 S.29.

²⁰Vgl. VRÖ – Verband der Reifenspezialisten Österreichs: Rechtsfibel Ausgabe 2013 - Verband der Reifenspezialisten Österreichs - 5. neuüberarbeitete Auflage – Wien, 2013 S.22.

Diese Reifen dürfen allerdings als Sommerreifen verwendet werden, solange sie die Profiltiefe von 1,6mm nicht unterschreiten.²¹

Zusätzlich ist die Laufflächenmischung des Winterreifens speziell für Straßenbahnoberflächentemperaturen von 7°C oder niedriger entwickelt. Dies bewirkt erheblich, kürzere Bremswege – besonders bei Fahrzeugen mit ABS.

Wird ein Winterreifen mit einem geringeren Speed-Index als die Höchstgeschwindigkeit des Fahrzeuges verwendet, muss dies mittels entsprechender Aufkleber am Heck des Fahrzeuges angebracht werden. Zusätzlich werden meist Reifen mit geringer Nennbreite vom Hersteller bestimmt, um eine Montage der Schneeketten bzw. Anfahrhilfen zu erleichtern.²²

WICHTIG – werden Winterreifen in warmen Hallen montiert, muss beachtet werden, dass bei voraussichtlichen Nachttemperaturen für je 10°C Differenz eine Druckerhöhung von 0,1bar miteinberechnet wird.²³

Nach den gesetzlichen Vorgaben ist es aus Sicht des Unternehmens auf den Kosten/Nutzen Aspekt zu achten und der damit verbundenen Motivation bzw. Demotivation der Mitarbeiter.

Weiters muss auch auf die Umgebungsbedingungen der verschiedenen Niederlassungen der Bundesländer geachtet werden, da Kosten/Nutzen meist unterschiedlich ausfallen können.

²¹Vgl. VRÖ – Verband der Reifenspezialisten Österreichs: Rechtsfibel Ausgabe 2013 - Verband der Reifenspezialisten Österreichs - 5. neuüberarbeitete Auflage – Wien, 2013 S.24.

²²Vgl. VRÖ – Verband der Reifenspezialisten Österreichs: Rechtsfibel Ausgabe 2013 - Verband der Reifenspezialisten Österreichs - 5. neuüberarbeitete Auflage – Wien, 2013 S.29.

²³Vgl. VRÖ – Verband der Reifenspezialisten Österreichs: Rechtsfibel Ausgabe 2013 - Verband der Reifenspezialisten Österreichs - 5. neuüberarbeitete Auflage – Wien, 2013 S.36.

3.1.1 Gegenüberstellung der Aspekte der Winterbereifungen

Die Gegenüberstellung der aktuellen bzw. alternativen Winterbereifung wird mittels Nutzwertanalyse (NWA) dargestellt. Die Nutzwertanalyse kommt meist zum Einsatz, wenn qualitative bzw. nicht-monetarisierbare Einflussgrößen mit in die Entscheidungsfindung miteinbezogen werden.²⁴

Vorgehensweise:²⁵

- Formulierung geeigneter Bewertungskriterien (Mindestanforderungen sowie Auswahlkriterien)
- Bestimmung der Bedeutung eines Auswahlkriteriums (Kriterien Gewichtung mit der Geschäftsführung)
- Bewertung der Optionen anhand von Punktwerten
- Ermittlung des Nutzwertes durch Gewichtung der Punktwerte je Kriterium
- Aufsummierung der gewichteten Punktwerte über alle Kriterien
- Bewertung der Ergebnisse

Die Wertigkeit ist nach einem Punktesystem von 1 bis 5 aufgebaut.

1 = kaum Wertigkeit und 5 = höchste Wertigkeit

²⁴Vgl. Sztuka, Achim, Nutzwertanalyse – ein Verfahren zur Bewertung verschiedener Optionen, online im Internet: <http://www.manager-wiki.com/methodik/57-nutzwertanalyse>, 01. Juli 2014.

²⁵Vgl. Sztuka, Achim, Nutzwertanalyse – ein Verfahren zur Bewertung verschiedener Optionen, online im Internet: <http://www.manager-wiki.com/methodik/57-nutzwertanalyse>, 01. Juli 2014.

In der Gegenüberstellung in Form der Nutzwertanalyse werden 6 Leistungs- und Sicherheitskriterien mit diversen Unterpunkten, wie folgt, aufgestellt:²⁶

- Wirtschaftliche Einflüsse
 - Verschleiß
 - Rollwiderstand
 - Lebensdauer

- Komfort
 - Geräuscentwicklung (Innen/Außen)
 - Dämpfung der Fahrbahn
 - Lenkpräzision

- Trockene Fahrbahn
 - Bremsweg
 - Stabilität
 - Handling

- Nasse Fahrbahn
 - Bremsweg
 - Stabilität
 - Handling
 - Aquaplaning (Geraden/Kurven)

- Eisige Fahrbahn
 - Anfahren
 - Straßenhaftung
 - Bremsweg

- Schneefahrbahn
 - Anfahren
 - Straßenhaftung
 - Bremsweg

²⁶Schmacher Karl, Geschäftsführer, Kampl Karl, Geschäftsführer, Filler René, Prokurist, Pasterk Saskia, Fuhrparkmanagement, SMS Schaden Management Service GmbH, Ebenthal: persönliches Gespräch vom 27. Juni 2014.

3.1.2 Aspekte der verwendeten Winterbereifung

Die Gewichtung als auch die Wertigkeit wurde für die durchgeführte NWA anhand der aktuellen Winterbereifung, Lassa Snoways II, mit der Geschäftsführung und auserwählten Kollegen durchgeführt.

NWA – Lassa Snoways II:

No.	Kriterium	GW [%]	Lassa Snoways II	
			Aktuelle Winterbereifung	
		100	Wertigkeit	Wertigkeit*GW
1	Wirtschaftliche Einflüsse	10		
1.1	Verschleiß	2,5	2	0,050
1.2	Rollwiderstand	2,5	1	0,025
1.3	Lebensdauer	2,5	3	0,075
1.4	Kosten	2,5	5	0,125
2	Komfort	10		
2.1	Geräuscentwicklung (Innen/Außen)	3	2	0,060
2.2	Dämpfung der Fahrbahn	3	1	0,030
2.3	Lenkpräzision	4	2	0,080
3	Trockene Fahrbahn	10		
3.1	Bremsweg	4	3	0,120
3.2	Stabilität	3	2	0,060
3.3	Handling	3	2	0,060

4	Nasse Fahrbahn	15		
4.1	Bremsweg	2	3	0,060
4.2	Stabilität	2	2	0,040
4.3	Handling	2	2	0,040
4.4	Aquaplaning (Geraden/Kurven)	4	3	0,120
5	Eisige Fahrbahn	25		
5.1	Anfahren	8	2	0,160
5.2	Straßenhaftung	9	2	0,180
5.3	Bremsweg	8	3	0,240
6	Schneefahrbahn	30		
6.1	Anfahren	8	2	0,160
6.2	Straßenhaftung	9	2	0,180
6.3	Bremsweg	8	3	0,240
7	Summe	100		2,105

Tabelle 2: Eigene Darstellung – NWA – Lassa Snowways II.²⁷

²⁷Tabelle 2: Eigene Darstellung – NWA – Lassa Snowways II.

3.1.3 Aspekte der alternativen Winterbereifung

Die Gewichtung als auch die Wertigkeit wurde für die durchgeführte NWA anhand der alternativen Winterbereifung, Michelin Agilis Alpin und Continental CONTIVANCONTACT 100, mit der Geschäftsführung und ausgewählten Kollegen durchgeführt.

NWA - Michelin Agilis Alpin

No.	Kriterium	GW [%]	Michelin Agilis Alpin Alternative Winterbereifung 1	
		100	Wertigkeit	Wertigkeit*GW
1	Wirtschaftliche Einflüsse	10		
1.1	Verschleiß	2,5	3	0,075
1.2	Rollwiderstand	2,5	1	0,025
1.3	Lebensdauer	2,5	3	0,075
1.4	Kosten	2,5	3	0,075
2	Komfort	10		
2.1	Geräuschentwicklung (Innen/Außen)	3	3	0,090
2.2	Dämpfung der Fahrbahn	3	2	0,060
2.3	Lenkpräzision	4	4	0,160
3	Trockene Fahrbahn	10		
3.1	Bremsweg	4	4	0,160
3.2	Stabilität	3	3	0,090

3.3	Handling	3	3	0,090
4	Nasse Fahrbahn	15		
4.1	Bremsweg	2	4	0,080
4.2	Stabilität	2	3	0,060
4.3	Handling	2	3	0,060
4.4	Aquaplaning (Geraden/Kurven)	4	4	0,160
5	Eisige Fahrbahn	25		
5.1	Anfahren	8	4	0,320
5.2	Straßenhaftung	9	4	0,360
5.3	Bremsweg	8	4	0,320
6	Schneefahrbahn	30		
6.1	Anfahren	8	5	0,400
6.2	Straßenhaftung	9	4	0,360
6.3	Bremsweg	8	4	0,320
7	Summe	100		3,340

Tabelle 3: Eigene Darstellung – NWA – Michelin Agilis Alpin.²⁸

²⁸Tabelle 3: Eigene Darstellung – NWA – Michelin Agilis Alpin.

Continental CONTIVANCONTACT 100

No.	Kriterium	GW [%]	Continental CONTIVAN- CONTACT 100 Alternative Winterbereifung 2	
		100	Wertigkeit	Wertigkeit*GW
1	Wirtschaftliche Einflüsse	10		
1.1	Verschleiß	2,5	4	0,100
1.2	Rollwiderstand	2,5	1	0,025
1.3	Lebensdauer	2,5	4	0,100
1.4	Kosten	2,5	3	0,075
2	Komfort	10		
2.1	Geräuschentwicklung (Innen/Außen)	3	3	0,090
2.2	Dämpfung der Fahrbahn	3	2	0,060
2.3	Lenkpräzision	4	4	0,160
3	Trockene Fahrbahn	10		
3.1	Bremsweg	4	4	0,160
3.2	Stabilität	3	3	0,090
3.3	Handling	3	3	0,090
4	Nasse Fahrbahn	15		
4.1	Bremsweg	2	4	0,080
4.2	Stabilität	2	3	0,060

4.3	Handling	2	3	0,060
4.4	Aquaplaning (Geraden/Kurven)	4	4	0,160
5	Eisige Fahrbahn	25		
5.1	Anfahren	8	5	0,400
5.2	Straßenhaftung	9	5	0,450
5.3	Bremsweg	8	5	0,400
6	Schneefahrbahn	30		
6.1	Anfahren	8	5	0,400
6.2	Straßenhaftung	9	5	0,450
6.3	Bremsweg	8	5	0,400
7	Summe	100		3,81

Tabelle 4: Eigene Darstellung – NWA – Continental CONTIVANCONTACT 100.²⁹

²⁹Tabelle 4: Eigene Darstellung – NWA – Continental CONTIVANCONTACT 100.

3.1.4 NWA-Auswertung der aktuellen und alternativen Winterbereifung

Nach der Betrachtung der einzelnen Winterbereifung mittel NWA kam es zu folgendem Ergebnis:

Bereifung	Lassa Snowways II	Michelin Agilis Alpin	Continental CONTIVANCONTACT 100
	Aktuelle Winterbereifung	Alternative Winterbereifung 1	Alternative Winterbereifung 2
Summe	2,105	3,340	3,810
Platzierung	3	2	1

Tabelle 5: Eigene Darstellung – NWA – Auswertung der verschiedenen Bereifungstypen.³⁰

Natürlich wird noch zusätzlich eine wirtschaftliche Betrachtung hinsichtlich der Beschaffungskosten durchgeführt. Diese Kosten beziehen sich auf die Dimension 205/65 R16C, damit ein realer Vergleich möglich ist. Das Verhältnis des Preisunterschiedes zieht sich durch das gesamte Dimensionsspektrum des Fuhrparkes.

Reifen	Dimension	Kosten [€]
Lassa Snowways II	205/65 R16C	164,33
Michelin Agilis Plus		194,00
Continental CONTIVANCONTACT 100		172,00

Tabelle 6: Eigene Darstellung – Kostenaufstellung der verschiedenen Bereifungstypen.³¹

³⁰Tabelle 5: Eigene Darstellung – NWA – Auswertung der verschiedenen Bereifungstypen.

³¹Tabelle 6: Eigene Darstellung – Kostenaufstellung der verschiedenen Bereifungstypen.

3.1.5 Ausarbeitung diverser Alternativen

Es werden folgende Alternativen zu den günstigen, qualitativ nachteiligen Reifen Lassa untersucht und erläutert:

- Schneeketten
- Anfahrhilfen
- Spikes
- Fahrzeuge mit Allrad

Grundsätzlich ist beim Erwerb bei Alternativen die Leistung als auch das Gewicht des jeweiligen Fahrzeugtyps zu beachten.

Bei den meisten Schneekettenbeschreibungen sowie Herstellerprospekten findet man keine Gewichts und Leistungsangabe vor. Grundsätzlich werden in Standard-PKWs, Vans, Transporter, Off-Road Fahrzeugen sowie Wohnmobile unterschieden. Die bereits angeführten Klassifizierungen werden in zwei weitere Gruppen, Gewichtsklassifizierung, geteilt, Standard-PKW bis ca. 2 Tonnen, alle weiteren sowie C-Reifen bis zu ca. 6 Tonnen.

Zusätzlich kann bzw. sollte die Leistung des Fahrzeuges berücksichtigt werden und es sollte hinterfragt werden, ob sie nur wegen den Vorschriften mitgenommen wird oder ob die Schneekette auch tatsächlich eingesetzt werden soll. Das Risiko als solches liegt immer beim Fahrzeuglenker, da bei falscher Verwendung oder nicht Berücksichtigung der Herstellerangaben mögliche Gewährleistungsansprüche abgelehnt werden.³²

³²Vgl. aachtech UG, Stichwort: Häufige Fragen, online im Internet: <http://www.schneeketten.org/haeufige-fragen/sind-die-schneeketten-fuer-mein-fahrzeugtyp-gewicht-geeignet.html>, 9.Juli 2014.

Schneeketten³³

Da heutzutage die Anschaffungskosten zwischen Stahl- und Alufelgen sehr gering sind, mussten sich die Schneekettenhersteller im Bereich Kratzfestigkeit, einfache Handhabung, usw. weiterentwickeln.

Im Felgenhornbereich sind diese Schneeketten mit Kunststoff ummantelt, um gegen Kratzer und Beschädigungen vorzubeugen, jedoch kann man trotz allem dies nicht zu 100% garantieren. Es ist immer der Reifen- und Felgentyp (Überstand, Dimension, usw.) zu beachten, da dies ein entscheidendes Kriterium bei Erwerb einer Schneekette darstellt.

Schneeketten mit Seilring - Standmontage

Diese Art von Schneeketten zeichnet sich durch die einfache Montage sowie Demontage und günstigen Anschaffungspreis aus. Diese sind vor allem für Fahrzeuge mit geringen Abständen zwischen dem Reifen und dem Radkasten geeignet, da diese Schneeketten mit geringen Gliedergrößen bzw. Gliederhöhen erhältlich sind.

Schneeketten mit starrem Ring und Hackenverschluss

Im Gegenzug ist die Montage sowie Demontage dieser Schneekettenart aufwendiger und nur mit Übung reibungslos durchführbar. Der Grund ist, da bei der Montage bzw. Demontage um das Rad gegriffen werden muss. Diese Art ist ein Auslaufmodell.

Schneeketten mit starrem Stahlring und Flaschenzugverschluss (Bügelketten)

Montage sowie Demontage ist wie bei den Schneeketten mit starrem Ring und Hackenverschluss, sehr aufwendig. Zusätzlich muss das Fahrzeug bewegt werden, um diese Schneekette vollständig am Rad zu montieren. Bei den Flaschenzugverschlüssen kann es durchaus vorkommen, dass diese

³³Vgl. aachtech UG, Stichwort: Schneeketten Bauarten, online im Internet: <http://www.schneeketten.org/schneeketten-kaufberatung/schneeketten-bauarten.html>, 9.Juli 2014.

sich verklemmen bzw. bei geringen Freiräumen können Schäden am Radkasten hervorgerufen werden.

Y-Ketten

Günstige Schneeketten, jedoch mit dem Nachteil, dass es unruhige Fahreigenschaften durch die querliegenden Y-Glieder erzeugt werden. Heutzutage eher selten im Sortiment angeboten.



Abbildung 6: Y-Ketten.³⁴

Spurkreuz-Ketten

Diese Variante ist der Gegensatz zur Schneekette mit der Y-Gliederung – kostspieliger, jedoch optimale Fahreigenschaften.



Abbildung 7: Spurkreuz-Ketten.³⁵

³⁴Abbildung 6: aachtech UG, Stichwort: Schneeketten Bauarten / Y-Ketten, online im Internet: <http://www.schneeketten.org/schneeketten-kaufberatung/schneeketten-bauarten.html>, 9.Juli 2014.

³⁵Abbildung 7: aachtech UG, Stichwort: Schneeketten Bauarten / Spurkreuz-Ketten, online im Internet: <http://www.schneeketten.org/schneeketten-kaufberatung/schneeketten-bauarten.html>, 9.Juli 2014.

Anzahl Ketten

Grundsätzlich ist zu sagen, je grober die Struktur der Schneekette, desto unruhiger sind die Fahreigenschaften.



Abbildung 8: Anzahl-Ketten.³⁶

Greifstege-Greifglieder

Stege und Glieder können mit höherem Einkaufspreis sowie schlechten Fahreigenschaften erworben werden, jedoch bieten sie optimale Haftung



Abbildung 9: Greifstege-Greifglieder.³⁷

Feingliedrige Ketten

Eine genaue Definition von feingliedrigen Schneeketten liegt nicht vor, jedoch wird in den Betriebsanleitungen gern davon geschrieben. Wichtig ist es, die Höhe der Kettenglieder immer im Verhältnis zum Abstand vom Rad zum Radkasten zu sehen. In der Regel sind dies ca. 9 – 12mm.



Abbildung 10: Feingliedrig (Kette: oben 12mm, unten 8mm).³⁸

³⁶Abbildung 8: aachtech UG, Stichwort: Schneeketten Bauarten / Anzahl-Ketten, online im Internet: <http://www.schneeketten.org/schneeketten-kaufberatung/schneeketten-bauarten.html>, 9.Juli 2014.

³⁷Abbildung 9: aachtech UG, Stichwort: Schneeketten Bauarten / Greifstege-Greifglieder, online im Internet: <http://www.schneeketten.org/schneeketten-kaufberatung/schneeketten-bauarten.html>, 9.Juli 2014.

³⁸Abbildung 10: aachtech UG, Stichwort: Schneeketten Bauarten / Feingliedrig, online im Internet: <http://www.schneeketten.org/schneeketten-kaufberatung/schneeketten-bauarten.html>, 9.Juli 2014.

Anfahrhilfen³⁹

Sie dienen dazu, festgefahrene Fahrzeuge wieder in Fahrt zu bekommen. Ebenfalls werden sie bei kurzen Strecken eingesetzt, wo sich das Aufziehen von Schneeketten nicht lohnt. Auf Strecken, wo Schneeketten gesetzlich vorgeschrieben sind, stellen sie **keine** Alternative dar.

Beispiel ist der Auto Sock, welcher jedoch nur mit sehr langsamen Geschwindigkeiten sowie kurzen Strecken bewegt werden darf. Natürlich ist alles wieder eine Frage der Bereifung des Fahrzeuges.

Systeme zum Aufstecken

Die speziellen, meist herstellerabhängigen Montagesysteme, sind rasch zu montieren sowie demontieren. Beispiel wäre ein Adapter zum Aufstecken. Hier wird der Preis meist hoch angesetzt. Er benötigt weitaus mehr Platz und bietet schlechtere Fahreigenschaften als andere Alternativen.

Haubensystem

Bei dem Haubensystem wird die Kette oder das Textilgewebe über den Reifen gestülpt und über Spanner, meist aus Gummi, festgezogen. Dies erfordert bei den meisten Systemen einen hohen Kraftaufwand.

³⁹Vgl. aachtech UG, Stichwort: Schneeketten Bauarten / Anfahrhilfen, online im Internet: <http://www.schneeketten.org/schneeketten-kaufberatung/schneeketten-bauarten.html>, 9.Juli 2014.

Spikes⁴⁰

Spikes werden nur in der Bauart „**Radial**“ sowie eine Überragung der Lauffläche von **maximal 2,0 mm** verwendet. Eine Verwendung dieser Reifentype ist nur bei Fahrzeugen mit höchstzulässigem Gesamtgewicht von 3,5 Tonnen sowie vollständiger Ausstattung an allen vier Rädern gestattet.

Ebenfalls muss bei Verwendung von Spikes eine Plakette mit dem Spike-aufdruckt an der Heckscheibe bzw. Heck des Fahrzeuges angebracht werden.

Die Geschwindigkeitsbegrenzungen ändern sich wie folgt

Ortsverkehr	50 km/h,
Bundesstraße	80 km/h,
Autobahn	100 km/h.

Sofern am Fahrzeug Spikes montiert sind, ist beim Ziehen eines Anhängers, welcher eine zulässige Achslast von 1,8 Tonnen nicht überschreiten darf, Spikes gesetzlich vorgeschrieben.

Es muss beachtet werden, dass Spike-Reifen nur unter Verwendung mit Winterreifen erlaubt sind, sowie die Richtlinie des jeweiligen Reifenherstellers eingehalten werden muss.

Als Abschluss muss erwähnt werden, dass der Reifenhersteller die Bezeichnung „**studdable**“ oder nur „**S**“ am Reifen anführen muss. Weiters ist eine Aushängung einer schriftlichen Bestätigung an den Käufer erforderlich.

⁴⁰Vgl. AUTO PLUS Fahrzeugzubehör GmbH, Stichwort: Spikes, online im Internet: <http://www.winterreifen-pflicht.at/spikes.html>, 9.Juli 2014.

Fahrzeuge mit Allrad⁴¹

Der Allrad bzw. Vierradantrieb erhöht die Antriebsräder und somit die Bodenhaftung. Es wird übergroßer Schlupf vermieden und die Antriebskraft auf alle Räder verteilt, um somit die Fahreigenschaft auf diversen Fahrbahnen zu verbessern. Hierbei helfen einem einfachen Allrad bis zu drei Sperr- oder Tor-sendifferenziale.

Grundsätzlich steht dem Getriebe beim Allrad das gesamte Drehmoment zur Verfügung.

Frontantrieb/Frontmotor → Allradantrieb

Hinterradantrieb/Heckmotor → Allradantrieb

Weiteres werden Fahrzeuge mit folgenden Arten von Allrad angeboten

Permanenter Allradantrieb

dauerhaft, kraftschlüssige Verbindung der Räder und dem Antrieb

Automatisch zuschaltbarer Allradantrieb

Meistens wird eine Viskokupplung verwendet. Bei quer liegendem Motor wird ein Kegelrandantrieb verwendet. Durch eine zusätzliche Kardanwelle nach hinten, vorbei am Getriebe, wird die Vorderachse angetrieben.

Ohne jegliche Sperrung des Ausgleiches ist der gesamte Allradantrieb bereits bei einem durchdrehenden Rad nutzlos.

⁴¹Vgl. Huppertz, Harald, Stichwort: Allradantrieb, online im Internet: <http://www.kfz-tech.de/Allradantrieb.htm>, 9.Juli 2014.

3.2 Mitarbeiterbefragung mittels Fragebogen

Um genaue praxisbezogene Informationen zu erhalten, wurde ein Fragebogen erstellt.

Der Fragebogen wurde in Zusammenarbeit mit der Geschäftsführung und den zuständigen Personen des Fuhrparks in 3 Kapitel eingeteilt:

- Allgemein
 - o Altersgruppe, Kilometerleistung sowie Fahrzeugtype
- Bereifung
 - o Aktuell, verwendeter Reifentyp, bereifungsspezifische Fragen sowie Sinnhaftigkeit von Alternativen
- Motivation
 - o Vor- /Nachteile sowie die De- /Motivation der Reifentypen

Die Umfrage wurde online durchgeführt (<https://www.umfrageonline.com>).

Der Kollege hat am Ende des Fragebogens die Möglichkeit, Lob, Kritik oder Verbesserungsvorschläge individuell schriftlich darzulegen.

Die durchgeführte Befragung soll die Ergebnisse der durchgeführten Nutzwertanalysen aufzeigen und bestätigen.

Natürlich stellt die Mitarbeiterbefragung anhand des Fragebogens auch Fragen auf:

- Werden die Mitarbeiter ihre ehrliche Meinung äußern?
- Sehen die Mitarbeiter diese Umfrage als Chance und nicht zur Sortierung des Kollegiums?
- Betrifft die befragte Person das Thema wirklich?
- Usw.

Wenn die befragten Mitarbeiter die gesamte Umfrage belächeln und nicht den Ernst dieses Themas erkennen, war dies nie eine Motivationsfrage oder sie haben sich so stark betroffen gefühlt, dass sie für sich Entscheidungen und die erforderlichen Konsequenzen getroffen haben.

Die Wertigkeit der einzelnen, befragten Personen erkennt man nicht im Kapitel Allgemein bzw. Bereifung, sondern an dem etwas kleineren Bereich Motivation. Ebenso an der offenen Frage am Ende der Befragung, wo eigene Gedanken sowie Zukunftsängste niedergeschrieben werden können.

Ein weiteres Risiko an der Umfrage ist, dass bei Nichtinteresse, an diesem Thema sich diverse Gruppen zusammenschließen könnten und diese versuchen die Befragung bewusst zu manipulieren. Dies wird jedoch kaum möglich sein, da die Personen, welche ein Desinteresse an diesem Thema aufzeigen, dezentral aufgestellt sind.

3.3 Auswertung/Analyse des Fragebogens

Die Mitarbeiterbefragung zeigt eine hohe Streuung des Alters der Mitarbeiter, Kilometerleistung sowie der Fahrzeugtypen auf. Ersichtlich ist, dass alle Reifentypen im Unternehmen an den Fahrzeugen montiert sind. Ebenfalls sind die negativeren Bewertungen auf den Lassa Reifen zurück zu führen, wo hingegen der Michelin als auch der Continental punktet.

Es ist deutlich ersichtlich, dass bei allen drei Reifentypen das Verhalten auf eisiger Fahrbahn, im Verhältnis, sehr negativ ausfällt. In diesem Fall gäbe es nur eine optimale Lösung die Verwendung von Spikes.

Was das Fahrverhalten auf den trockener, nasser als auch Schneefahrbahn betrifft, sind die Stärken von Michelin und Continental deutlich erkennbar. Als Alternative würde das Kollegium die Schneeketten bevorzugen, da die anderen Alternativen kaum bekannt sind oder keine positiven Erfahrungen gemacht wurden. Die Verwendung der Alternativen wird bei hochwertigeren Reifen hauptsächlich in Gebieten mit sehr hohem Schneeaufkommen zutreffen.

Das Kollegium gewichtet die Vorteile sowie Motivation deutlich höher, was darauf schließen lässt, dass die Nachteile sowohl auch die Demotivation schwindet bzw. ausgeblendet wird.

Lob gab es zum Fuhrparkmanagement, da dies die Reifenproblematik optimal, zentral kontrollieren kann.

Die detaillierte Auswertung des Fragebogens, ist im **Anhang 5.6 Auswertung der Mitarbeiterbefragung** beigefügt.

3.4 Problematik der Mitarbeitermotivation

Um die gesamte Demotivation kurz in der Praxis zu erläutern, wird ein Beispiel anhand einer Berganfahrt eines Kollegen mit der Fahrzeugtype Renault Trafic, Reifendimension 205/65 R16C des Lassa Snowways II widergegeben.

Nach Einfuhr des günstigeren Reifens gab es kaum Einwände. Erst nachdem ein Kollege bei winterlichen Fahrverhältnissen sowie Schneefall nicht zum Ziel kam, begann der Aufschrei.

Da er das Fahrzeug zum Stillstand bringen und erneuert anfahren musste, kam er nicht mehr von der Stelle und die Reifen drehten durch. Auch nach mehreren Versuchen war kein Vorankommen möglich. Der Versuch, den Wagen bis zum Tal zurück zu rollen und anschließend erneuert anzufahren, misslang dem Kollegen.

Aus diesem Grund musste er den Weg von rund einem Kilometer zu Fuß antreten. Dies war in diesem Fall möglich, da es sich ausschließlich um ein Besichtigungstermin handelte.

Der Kollege kam demotiviert und mit einer gewissen Unzufriedenheit in das Unternehmen zurück. Weitere Tätigkeiten wie Berichterstellung, Angebotslegung, usw. führte er mit einer gewissen Unzufriedenheit durch, welche am Ergebnis durchaus sichtbar wurde. Nachdem er das Gespräch mit der Geschäftsleitung aufsuchte und erläuterte, dass dies nicht das erste Mal passierte, wurde kurzerhand über Alternativen wie Schneeketten, Spikes, usw. gesprochen. Man kam gemeinsam zu dem Ergebnis, dass ab sofort Schneeketten mitgenommen werden. Natürlich ergab dies nur eine Teilbefriedigung der Wünsche des Kollegen, aber die Demotivation wurde verringert.

Nachdem mehrmals die Alternative, in diesem konkreten Fall Schneeketten, angewandt wurde, gab es ein erneuertes Gespräch.

Der Kollege meinte, dass bei Schneefall, Nässe, usw. der Erfolg der Weiterfahrt vorhanden sei.

Die Unzufriedenheit bzw. Demotivation war in diesem Fall die feuchte Bekleidung, welcher er bei den unangenehmen Witterungsverhältnissen erlangte. Natürlich besitzen die Kollegen wetterfeste Bekleidung, jedoch kann kein Kollege gezwungen werden, diese auch zu nutzen, da sie etwas sperriger, dicker und schwerer als normale Bekleidung ist.

3.5 Lösungsansätze

Wie bereits teilweise erwähnt, kann durch Einsatz diverser Alternativen eine Risikominimierung bei der Demotivation des Mitarbeiters erzielt werden.

Mögliche Alternativen:⁴²

- Schneeketten
- Anfahrhilfen
- Spikes
- Anderes Reifenprofil, jedoch gleicher Hersteller
- Fahrzeuge mit Allrad

Um die Alternativen besser zu beurteilen und das Fazit besser deuten zu können, werden die Kriterien der gewählten Alternativen anhand einer Vergleichstabelle dargestellt.

⁴²Schmacher Karl, Geschäftsführer, Kampl Karl, Geschäftsführer, Filler René, Prokurist, SMS Schaden Management Service GmbH, Ebenthal: persönliches Gespräch vom 10.04.2014.

<div>Alternative</div> <div>Kriterium</div>	Schneeketten		Anfahrhilfen	Spikes	Fahrzeuge mit Allrad
	Bügelketten	Gliederketten			
Anschaffungskosten	günstig	günstig	günstig	hoch	Sehr hoch
Sauberkeit bei der Montage	sauber	Nicht sauber	sauber	Keine Montage erforderlich	Keine Montage erforderlich
Leichtigkeit der Montage	einfach	Mittel	einfach	Reifenwechsel	Keine Montage erforderlich
Laufruhe	unruhig	unruhig	ruhig	Etwas unruhiger als KFZ ohne Spikes	-
Fahrverhalten	unruhig	unruhig	Gemäß ruhig	Unruhig	-
Lärmpegel	Hoch	Hoch	Gering	Sehr hoch	Hoch
Verschleiß	Je nach Verwendung	Je nach Verwendung	Geringe Lebensdauer	Desto mehr Eis, desto geringerer Verschleiß	-
Korrosion	Möglich	Möglich	Nein	Nein	-
Haltbarkeit	Je nach Verwendung	Je nach Verwendung	Je nach Verwendung	1e Saison	-

Tabelle 7: Eigene Darstellung – Gegenüberstellung der Alternativen.⁴³

⁴³Tabelle 7: Eigene Darstellung – Gegenüberstellung der Alternativen.

Fazit

Grundsätzlich ist zu sagen, dass der Allrad kaum zu überbieten ist. Er ist für Regionen gedacht, die geografisch etwas höher liegen, unebeneren Strecken, usw. Ein weiterer nicht unwesentlicher Vorteil ist, dass Fahrzeuge mit Allrad meist höhere Bodenfreiheit besitzen, welche bei Schneefahrbahnen und den bereits erwähnten, unebenen Strecken durchaus erforderlich ist. Natürlich sind keine Montagen sowie Demontagen notwendig. Es ist meist der Fall, dass Allrad hinzugeschaltet werden kann, jedoch sind auch Fahrzeuge mit permanentem Allradantrieb immer öfters erhältlich.

Die beiden wesentlichen negativen Punkte am Allrad sind, der hohe Anschaffungspreis und eine erforderliche Differentialsperre. Ohne diese Sperrung des Ausgleiches ist der gesamte Allradantrieb bereits bei einem durchdrehenden Rad nutzlos.

Mittels Schneeketten und Anfahrhilfen kann man das Risiko der Demotivation in Gebieten minimieren, in welchen das flache Gelände überwiegt. Beispiele hierfür wären Wien, Niederösterreich, usw. In diesen Gegenden ist es eher unwahrscheinlich, dass Mitarbeiter tagtäglich Kundschaften anfahren, welche auf Berglandschaften wohnen. In diesem Sektor variieren die Anschaffungskosten von ein paar Euros bis hoch zum 3stelligen Bereich. Die Gliederketten sowie die Anfahrhilfen befinden sich meist im unteren Segment und die Bügelketten, welche durch einfache und saubere Montage sowie Demontage punkten, befinden sich im oberen Preissegment.

Der wesentliche Vorteil der Anfahrhilfen ist der Lärmpegel und die Abnutzung der Infrastrukturen (Straßen, usw.), da sie meist aus Textilgewebe bestehen und daher auch auf Straßen montiert sein dürfen, welche nicht unmittelbar Schnee oder Eis aufweisen. Diese Fahrbahnverhältnisse sind jedoch bei den Schneeketten zwingend erforderlich. Ohne die Rahmenbedingungen, erfüllen die Schneeketten nicht ihren Zweck und verschlechtern sogar die Fahreigenschaften.

Es ist auch eine kontinuierliche Kontrolle der Schneeketten sowie Anfahrhilfen erforderlich.

Grund dafür ist die Abnutzung der Metallringe bei den Schneeketten und der Textilverschleiß bei den Anfahrhilfen.

Ein weiterer Gedanke sind Spikes mit der aktuell, verwendeten Reifenmarke Lassa, jedoch anderes Profil. Durch unterschiedliches Profil sollte die Verdrängung diverser Hinderungen auf Fahrbahnen wie Wasser und Schnee besser vonstattengehen.

Durch Spikes kann auf Eisfahrbahnen nach Eisregen sowie harten Schneefahrbahnen gepunktet werden. Es kann jedoch durchaus vorkommen, dass bei starken Schneefällen eine Alternative, wie Schneeketten, angebracht werden muss. Die Kosten und der jährliche Wechsel der Spikes gibt jedoch zum Nachdenken, wie das Verhältnis zwischen Kosten/Nutzen in Bezug auf die Motivation bzw. Demotivation steht.

Schlussendlich wäre eine Änderung der Reifenmarke angedacht, jedoch bei Umsetzung darf hierbei nicht nur der einzelne Mitarbeiter im Vordergrund stehen, sondern es muss das ganze Unternehmen betrachtet werden bzw. erfolgt der Wechsel der Reifenmarke im gesamten Unternehmen.

3.5.1 Einfuhr einer neuen Winterbereifung

Da die Mitarbeiterdemotivation mittels Alternativen teilweise reduziert wurde, jedoch nicht vollständig behoben werden konnte, ist eine Einfuhr einer alternativen Winterbereifung unumgänglich.

Die Ergebnisse im **Kapitel 3.1.4 NWA-Auswertung der aktuellen und alternativen Winterbereifung** stellen dar, dass die Bereifungsqualität nicht unmittelbar mit dem Preis steigt, jedoch die Motivation beeinflusst wird.

Die Aussage, dass es keinen anderen Weg gibt als neue Winterbereifung einzuführen, wird mit dem **Kapitel 3.4 Lösungsansätze** gestärkt. Für Kollegen, welche in Gebirge ärmeren Gebieten unterwegs sind, würden die angeführten Alternativen ausreichen. Kollegen, welche in gebirgsstarken Regionen tätig bzw. sesshaft sind, ist jegliche Alternative nur eine wenig zufriedenstellende Lösung.

Die Reifen der Marke Lassa in Form von Spikes zu verwenden ist eher unwahrscheinlich, da die Spikes hauptsächlich für Eisfahrbahnen gedacht sind und das Hauptaugenmerk auf Schneefahrbahnen sowie nassen Fahrbahnen liegt.

Aus Erfahrung ist bekannt, dass Continental im Bereich Winterbereifung für Nutzfahrzeuge eine höhere Qualität durch jahrelange Erfahrung bieten kann. An Erfahrung mangelt es Michelin nicht, jedoch ist diese Winterbereifung eher für den PKW-Bereich weiterentwickelt worden.

Natürlich besitzt auch Lassa eine langjährige Erfahrung durch namenhafte Partner, jedoch leidet die Qualität durch die günstigen Anschaffungskosten, welche für unser Kollegium nicht zufrieden stellend ist und daher demotivierend wirkt.

Es wurde in Absprache mit der Geschäftsführung beschlossen, dass die beiden Reifentypen Michelin sowohl als auch Continental eingeführt werden. Der Grund hierfür ist, die Einteilung der Motivation in 2 Bereiche.

Erstes der Bereich der Leitungspositionen und in den Bereich der Monteure.

Für die Kollegen in Leitungspositionen ist das Image, wirkend auf 3te, sehr wichtig. Dies ist der Grund, warum in diesem Bereich der Reifen von Michelin verwendet wird. Der Reifen ist zwar in der Anschaffung etwas teurer als der Continental, jedoch wird der Kostenfaktor mit der Motivation des Kollegiums und der Einsatzbereitschaft für das Unternehmen wieder ausgeglichen.

Im Bereich der Monteure ist das Image ebenfalls ein wichtiger Punkt, jedoch steht die Funktionalität im Vordergrund. Für diese Kollegen ist es viel wichtiger, jeden Berg ohne Alternativen wie Schneeketten, Anfahrtshilfen, usw. bewältigen zu können, als das Image nach außen hin.

Da im Unternehmen ein Fuhrparkmanagement eingeführt wurde, wird die Thematik mit der Winterbereifung in diesem Zuge mit eingebunden und die Reifen von Lassa aus dem Fuhrpark entfernt und Michelin sowie Continental eingeführt.

Im Fuhrparkmanagement wurde das EU-Reifenlabel erwähnt, auf welchem man Reifendetails wie Nasshaftung, Rollwiderstand als auch externe Rollgeräusche ablesen kann. Der Aufbau ist wie ein Energielabel, welches seit Jahren aus Haushaltsgeräten wie Kühlschränken, usw. zu finden ist.

Jedoch ist darauf zu achten, dass das EU-Reifenlabel nur eine Kaufunterstützung bietet und den Vergleich von Reifen auf gemeinsamer Basis ermöglicht.⁴⁴

⁴⁴Vgl. Deutscher Verkehrssicherheitsrat e.V.: Was Sie über das Reifenlabel wissen müssen - 1. Auflage – Bonn, 2014.

3.5.2 Organisation durch Fuhrparkmanagement

Wie bereits erwähnt, hat das Unternehmen ein Fuhrparkmanagement in Kooperation mit Auto und Motorwelt in Klagenfurt eingeführt, welches nicht nur Wartung sowie Abwicklung von Unfallschäden österreichweit behandelt, sondern ebenfalls die Reifenthematik abgewickelt.

Die Reifen werden österreichweit verwaltet d.h. sämtliche Reifen des Unternehmens werden von Mitarbeiter vom Autohaus abgeholt, zentral gelagert und für die nächste Winter- bzw. Sommerperiode vorbereitet.

Der Reifenwechsel findet vor Ort unter Absprache mit dem jeweiligen Niederlassungsleiter, bzw. dem Fahrer des Fahrzeuges statt. Winterreifen, welche nach der Wintersaison eine Profiltiefe von 4mm unterschreiten, bleiben am Fahrzeug und werden im Sommer verwendet, da Sie für den Winterbetrieb nicht mehr zulässig sind.⁴⁵

Um im Winter optimal gerüstet zu sein, werden die neuen Reservereifen der Monteure gegen die verwendete Winterbereifung ersetzt, um bei einem Reifenschaden im Winter die Sicherheit und Zuverlässigkeit gewähren zu können.



Abbildung 11: Logo Autohaus Kropiunig & Puff.⁴⁶

⁴⁵Vgl. K & P Fahrzeughandels GmbH: Unser Fuhrparkkonzept für Ihr Unternehmen – 1. Auflage – Klagenfurt, 2014 S.4.

⁴⁶Abbildung 11: Puff Karin, Geschäftsführerin, K & P Fahrzeughandels GmbH, Ebenthal: per E-Mail vom 22. Februar 2014.

3.6 Konsequenzen für das Unternehmen

Die Konsequenzen für das Unternehmen durch Einfuhr der neuen Winterbereifung in Zusammenarbeit mit dem Fuhrparkmanagement sind in jeder Hinsicht durchaus positiv.

Die positiven Konsequenzen wären

- Zufriedener Kunden, spezieller in den Wintermonaten
- Motivation des Kollegiums
- Mittels Fuhrparkmanagement wird nicht nur die Reifenthematik behandelt sondern das gesamte Thema „Fuhrpark“
- Steigerung der Qualität (In- als auch Extern)

Trotz all der Konsequenzen, sprich positiven Verstärkungen, muss darauf geachtet werden, dass nicht jeder Kollege durch diese Umsetzung die Möglichkeit sieht, eine Reifentype seiner Wahl auszusuchen, weil er der Meinung ist, dieser sei noch besser.

Es muss natürlich gewahrt bleiben, dass jeder Kollege die Wünsche bezüglich Fuhrparkbereifung äußern soll, jedoch muss abgeschätzt werden, ob es sich bei einer weiteren Umsetzung, Einfuhr, Abänderung oder ähnlichem nur einzelne Kollegen betrifft oder das ganze Kollegium.

Wie auch bereits die MAB anhand des Fragebogens aufzeigt, muss dringendst darauf geachtet werden, dass man dem Mitarbeiter trotz aller Freiheiten einige Grenzen aufzeigt. Wie bereits erwähnt, keinen Reifen seiner Wahl auf das Fahrzeug montiert sondern dem Mitarbeiter Reifentypen vorgibt und er die Wahl aus der Vorgabe trifft.

Natürlich gilt das auch für die Alternativen, wobei das Unternehmen nicht abgeneigt ist, neue Ideen vom Kollegium gern anzunehmen, zu beurteilen und anschließend zu bewerten und sogar umzusetzen.

Im weiteren Sinne würde zur konkreten Auswahl der Alternativen wie im Fall der Bereifung den Rahmen dieser Arbeit übersteigen und müsste ebenfalls detailliert in einer MAB abgefragt werden.

Hierzu müsste man erneuert die MAB in Form eines online Fragebogens durchführen und das Risiko eingehen, ein gefälschtes Ergebnis zu erhalten. Es kristallisiert sich bereits in diesem Fall heraus, dass das Kollegium, meist zwingend, mit Alternativen in Berührung gekommen ist. Dadurch lässt sich darauf schließen, dass eine zusätzliche Alternative, in diesem Fall Schneeketten in Bogenbauweise, zusätzlich zur Motivation beitragen würde.

Es wären zusätzliche Kosten, jedoch geht man davon aus, dass man die Demotivation einiger Kollegen einschränkt.

Hintergedanke dabei ist, die Demotivation bei diversen Mitarbeitern so zu verringern, dass diese bei Gesprächen unter den Kollegen nicht mehr angesprochen wird.

4 Zusammenfassung

Die im Rahmen dieser Diplomarbeit durchgeführten Vergleiche sowie Befragungen konnten erste Erkenntnisse zur Auswirkung der Mitarbeiterunzufriedenheit anhand der Winterbereifung im Unternehmen aufzeigen.

Kurzerhand wurde die notwendige Theorie zum Thema Motivation als auch die Rahmenbedingungen des Unternehmens erläutert. Anschließend stellte man dem Unternehmen die verwendete sowie alternative Winterbereifung vor, um ein Backgroundwissen zu erlangen.

Es wurde die Winterbereifung mittels Nutzwertanalyse bewertet, welche am Beginn aufzeigte, dass die aktuellen Winterreifen nicht optimal und somit Motivationsfördernd sind. Wohingegen beide alternativen Winterreifen mehr Vor- als Nachteile aufwiesen. Zusätzlich wurden die Anschaffungskosten der Winterbereifung gegenübergestellt.

Um die Ergebnisse der Nutzwertanalyse zu festigen, wurden die Mitarbeiter mittels Fragebogen befragt, welcher ein sehr zutreffendes Ergebnis lieferte.

Nach der Problematik der Mitarbeitermotivation, wurden Lösungsansätze sowie Alternativen aufgezeigt. Diese können zwar eine kurzzeitige Motivationsbefriedigung jedes einzelnen Mitarbeiters hervorrufen, jedoch ist eine Einfuhr der alternativen Winterbereifung unumgänglich.

Es hat sich herausgestellt, dass der Reifen von Michelin als auch von Continental im Unternehmen eingeführt wird. Der Grund ist, dass Michelin mehr im Bereich der PKWs tätig sind und Continental jahrelange Erfahrung im Nutzfahrzeugbereich aufweisen kann.

Abschließend ist zu sagen, dass der Wechsel der Winterbereifung Motivation bei den meisten Kollegen hervorgerufen hat, jedoch gibt es trotz allem den einen oder anderen unzufriedenen Mitarbeiter!

I Anhang

I.I Aufbau des EU-Reifenlabels

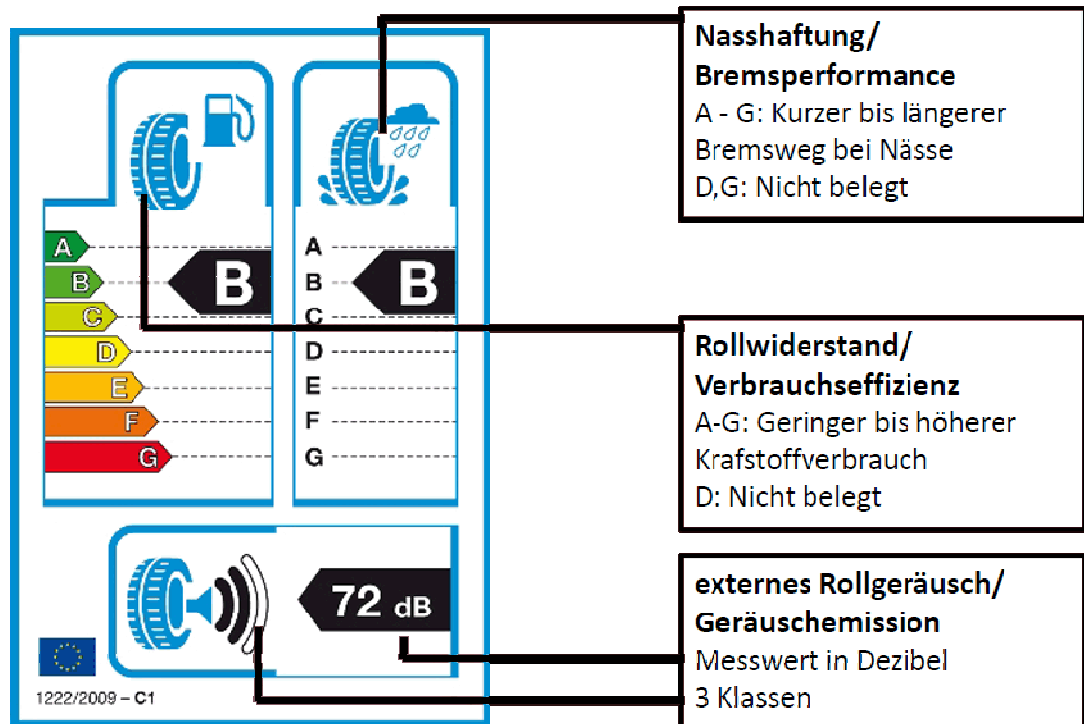


Abbildung 12: Aufbau des EU-Reifenlabels.⁴⁷

Diese Darstellung bzw. Beschreibung des EU-Reifenlabels soll dazu dienen, die nachfolgenden Reifenlabels der Bereifungs-Varianten leichter deuten zu können.

⁴⁷Abbildung 12: REIFF Reifen und Autotechnik GmbH, online im Internet: <http://www.reifendiscount.de/de/reifenlexikon/reifenwissen-eureifenlabel.html>, 2. Mai 2014.

I.II EU-Reifenlabel Lassa Snoways II

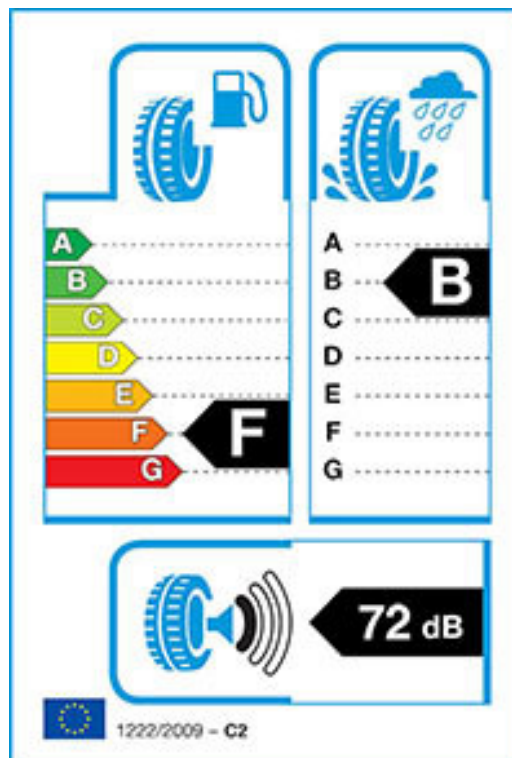


Abbildung 13: EU Reifenlabel – Lassa Snoways II.⁴⁸

Im Falle der Lassa-Bereifung wird der Rollwiderstand/Verbrauchseffizienz eher schlecht bewertet. Hingegen ist die Nasshaftung/Bremsperformance relativ gut angesetzt. Der Geräuschpegel wird in diesem Fall äußerst gut angesetzt, was jedoch von dem Kollegium nicht bestätigt werden kann.

⁴⁸Abbildung 13: Tirendo Deutschland GmbH, online im Internet: <http://www.tirendo.de/lassa-snoways-2c-8pr-195-65-r16-104-102r-440221.html>, 2. Mai 2014.

I.III EU-Reifenlabel Michelin Agilis Plus

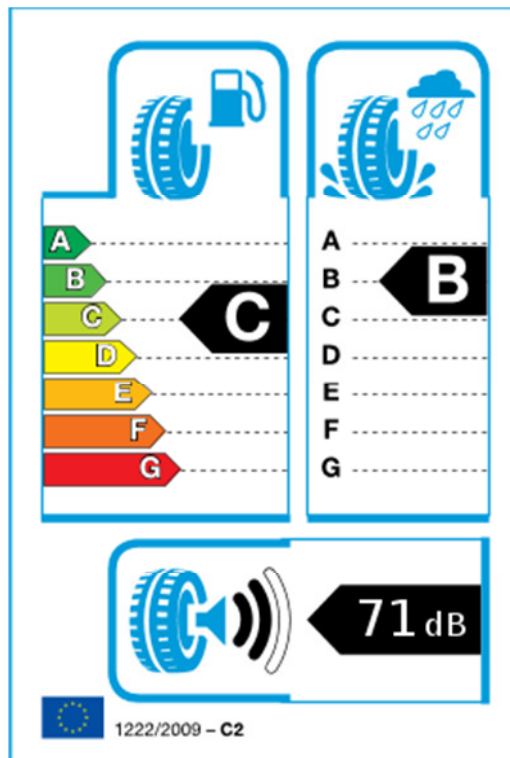


Abbildung 14: EU Reifenlabel – Michelin Agilis Plus.⁴⁹

Die Michelin-Bereifung hingegen besitzt einen besseren Rollwiderstand/Verbrauchseffizienz. Die Nasshaftung/Bremsperformance wird wie beim Vorgänger, relativ gut angesetzt. Der Geräuschpegel wird in diesem Fall äußerst gut angesetzt, was auch in der Praxis bestätigt werden kann.

⁴⁹Abbildung 14: Delticom AG, online im Internet: http://www.reifendirekt.at/cgi-bin/rshop.pl?dsco=102&cart_id=71824655.102.18938&sowigan=Wi&Breite=225&Quer=70&Felge=15&Speed=&kategorie=6&profil=Agilis%20Alpin&Marke=Michelin&rzahl=4&SZ=R&tyrefor=&x_tyrefor=&Herst=Michelin&ms=3&rsmFahrzeugart=PKW&Label=C-B-71-2&details=Ordern&typ=R-172669&active_tab=1#Reifenlabel, 2. Mai 2014.

I.IV EU-Reifenlabel Continental CONTIVANCONTACT 100

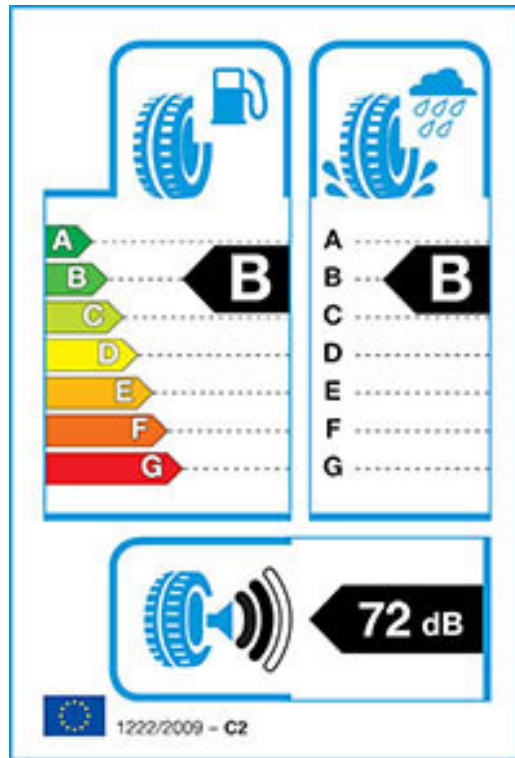


Abbildung 15: EU Reifenlabel – Continental CONTIVANCONTACT 100.⁵⁰

Die Continental-Bereifung bekommt die beste Bewertung im Fall des Punktes Rollwiderstand/Verbrauchseffizienz. Die Nasshaftung/Bremsperformance wird mit der gleichen Qualität bewertet. Der Geräuschpegel ist jedoch etwas höher als beim Vorgänger, aber in der Praxis kaum wahrnehmbar, da dieser in diesem Fall bei einem ungleichen Fahrzeugtyp angebracht wird.

⁵⁰Abbildung 15: Tirendo Deutschland GmbH, online im Internet:
<http://www.tirendo.at/continental-contivancontact-100-10pr-215-75-r16-116-114r-1062851.html>,
2. Mai 2014.

I.V Fragebogen der Mitarbeiterbefragung

Mitarbeitermotivation Anhand der Winterbereifung in der SMS - Schaden Management Service GmbH

Seite 1

Liebe KollegInnen, lieber Kollege !

Ich würde Dich bitten, ein paar Minuten für den folgenden Umfragebogen Zeit zunehmen. Da zur Zeit verschiedenste Winterbereifungen an den Dienstfahrzeugen montiert sind, dient dieser Fragebogen zur Optimierung der Winterbereifung dieser Fahrzeuge. Grund dafür ist, unnötige Stresssituation und Demotivation zukünftig zu vermeiden.

Ich bedanke mich für deine Mithilfe !

Seite 2

ALLGEMEIN

1. Altersgruppe

☐ >20

☐ 20 - 30

☐ 30 - 40

☐ 40 - 50

☐ >50

2. Kilometerleistung pro Monat [km] *

☐ < 2000

☐ 2000-4000

☐ 4000-6000

☐ 6000-8000

☐ > 8000

3. KFZ - Type *

Kombi

Seite 3

BEREIFUNG

4. Welcher Reifentyp ist auf deinem Dienstfahrzeug montiert? *

Lassa Snoways II

Abbildung 16: Eigene Aufnahme – Mitarbeiterfragebogen Seite 1 – 3.⁵¹

Ein Auszug der Darstellung des Fragebogens, wie der Mitarbeiter die Fragen online gestellt bekommen hat. In dem Kapitel Allgemein sowie Bereifung hatte ausschließlich er die Möglichkeit, vorgegebene Werte auszuwählen.

⁵¹Abbildung 16: Eigene Aufnahme – Mitarbeiterfragebogen Seite 3 – 5.

5. **Bereifungsspezifische Fragen ***

	sehr zutreffend	zutreffend	unzutreffend	sehr unzutreffend
Zufriedenheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kraftstoffverbrauch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preis / Leistung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verhalten bei trockener Fahrbahn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verhalten bei nasser Fahrbahn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verhalten bei eisiger Fahrbahn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verhalten bei Schneefahrbahn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. **Welche Alternative siehst du als sinnvoll? ***

☐ Schneeketten

☐ Autosocke

☐ Anfahrmatte

☐ Spikes

☐ KEINE

☐

Seite 4

MOTIVATION

7. **Siehst du Vor-/Nachteile durch die richtige Reifenwahl für das Kollegium? ***

	sehr zutreffend	zutreffend	unzutreffend	sehr unzutreffend	Gewichtung			
					-	-	+	++
Vorteile	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nachteile	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. **Inwieweit kann die richtige/falsche Reifenwahl das Kollegium Motivieren bzw. Demotivieren? ***

	sehr zutreffend	zutreffend	unzutreffend	sehr unzutreffend	Gewichtung			
					-	-	+	++
Motivation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Demotivation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. **Lob, Kritik oder Verbesserungsvorschläge zur Abwicklung des Reifenmanagement!**

Seite 5

DANK E für deine ZEIT!

Abbildung 17: Eigene Aufnahme – Mitarbeiterfragebogen Seite 3 – 5.⁵²

In dem Kapitel Motivation konnten nicht nur vorgegebene Werte gewählt werden. In diesem Fall konnten auch eigene Gedanken, Wünsche sowie Kritik schriftliche vermerkt werden.

⁵²Abbildung 17: Eigene Aufnahme – Mitarbeiterfragebogen Seite 3 – 5.

I.VI Auswertung der Mitarbeiterbefragung

I.VI.I Frage 1: Altersgruppe

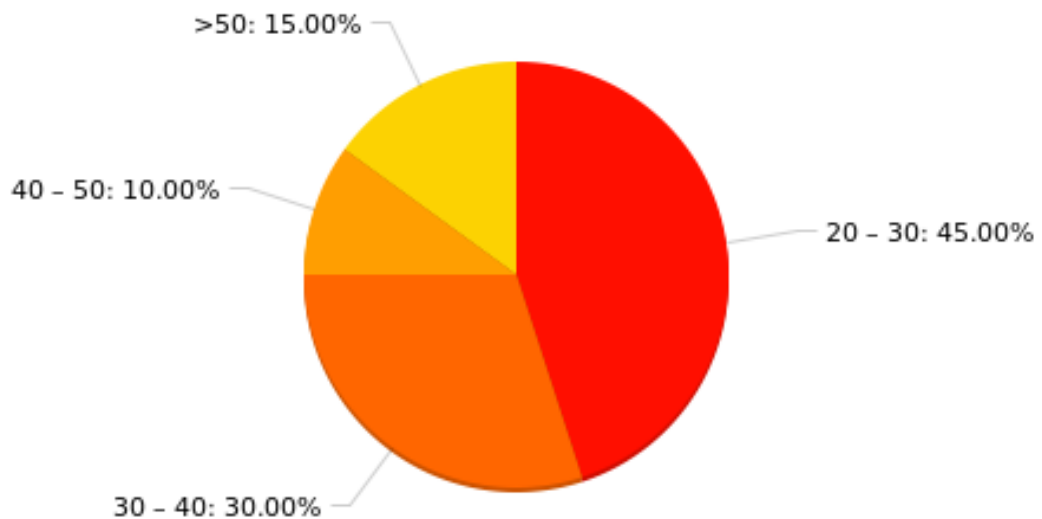


Abbildung 18: Eigene Aufnahme – Auswertung Mitarbeiterfragebogen, Frage 1: Altersgruppe.⁵³

In dieser grafischen Auswertung ist ersichtlich, dass das erfahrene und ältere Kollegium mehr Interesse und Chancen in dem Thema sieht, als die jüngeren und unerfahreneren Mitarbeiter.

⁵³Abbildung 18: Eigene Aufnahme – Frage 1: Altersgruppe.

I.VI.II Frage 2: Kilometerleistung pro Monat [km]

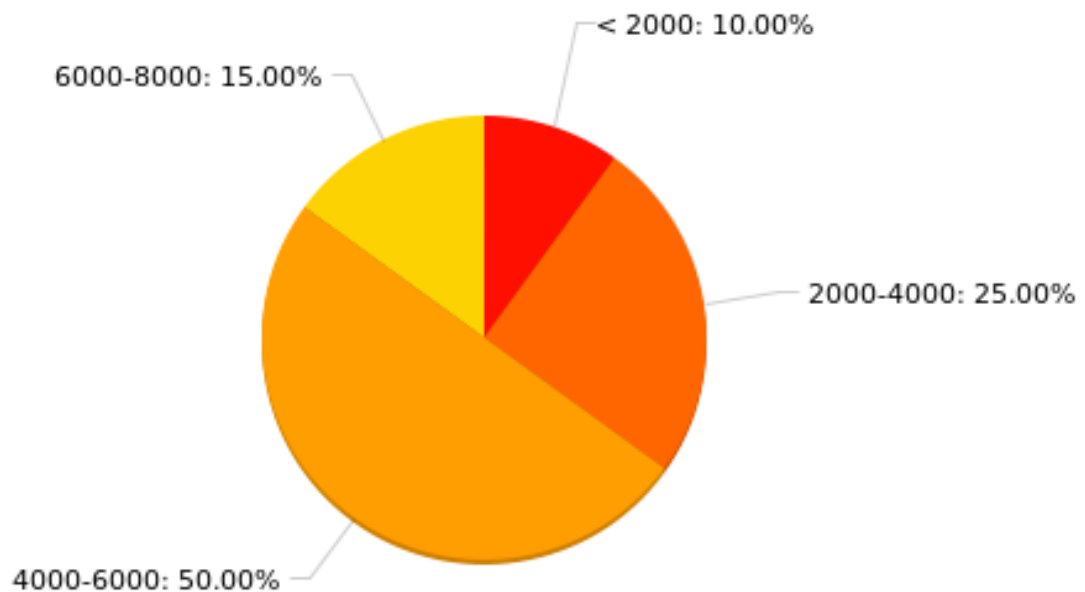


Abbildung 19: Eigene Aufnahme – Auswertung Mitarbeiterfragebogen, Frage 2: Kilometerleistung pro Monat [km].⁵⁴

In diesem Schaubild ist sehr genau ersichtlich, dass bei den Personen die teilgenommen haben die Fahrleistung eine große Rolle spielt. Die Personen, welche über den Durchschnitt fahren, sprich 6000 – 8000 Kilometer pro Jahr, fahren höchstwahrscheinlich meistens auf preparierten Fahrbahnen wie Autobahn, Schnellstraßen, usw. Das Kollegium, welches sich im Bereich 4000 – 6000 Kilometer pro Jahr befindet, ist meist auf unpräparierten Straßen unterwegs.

⁵⁴Abbildung 19: Eigene Aufnahme – Frage 2: Kilometerleistung pro Monat[km].

I.VI.III Frage 3: KFZ-Type

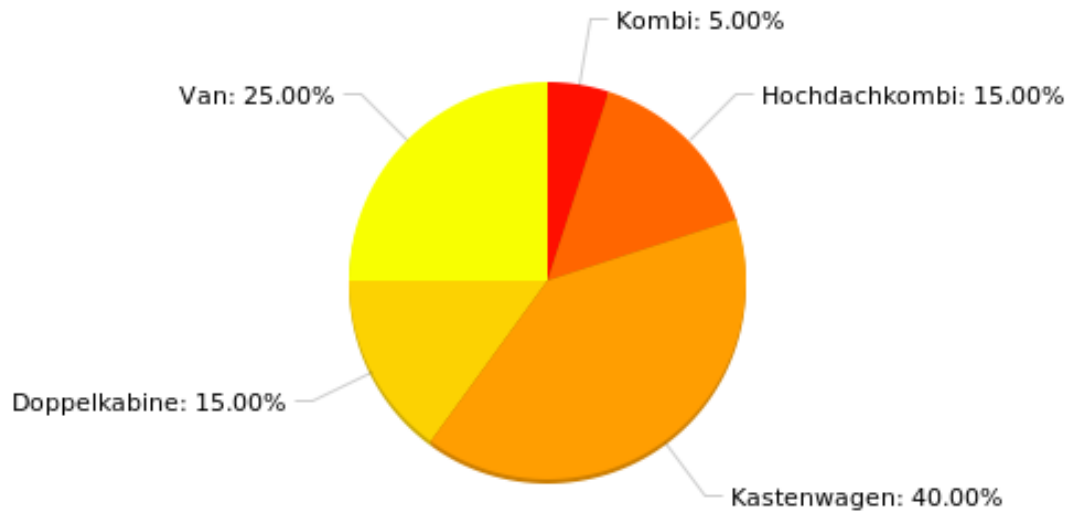


Abbildung 20: Eigene Aufnahme – Auswertung Mitarbeiterfragebogen, Frage 3: KFZ-Type.⁵⁵

Die Aussagen über das letzte Schaubild wird durch dieses Ergebnis bestätigt. Die meisten Kollegen, welche unpräparierte Straßen befahren und daher die Thematik mit der Winterbereifung beschäftigt, benutzen Kastenwägen und Doppelkabinen. Längere Strecken fahren hauptsächlich Kollegen, welche Vans oder Kombis besitzen.

⁵⁵Abbildung 20: Eigene Aufnahme – Frage 3: KFZ-Type.

I.VI.IV Frage 4: Welcher Reifentyp ist auf deinem Dienstfahrzeug montiert?

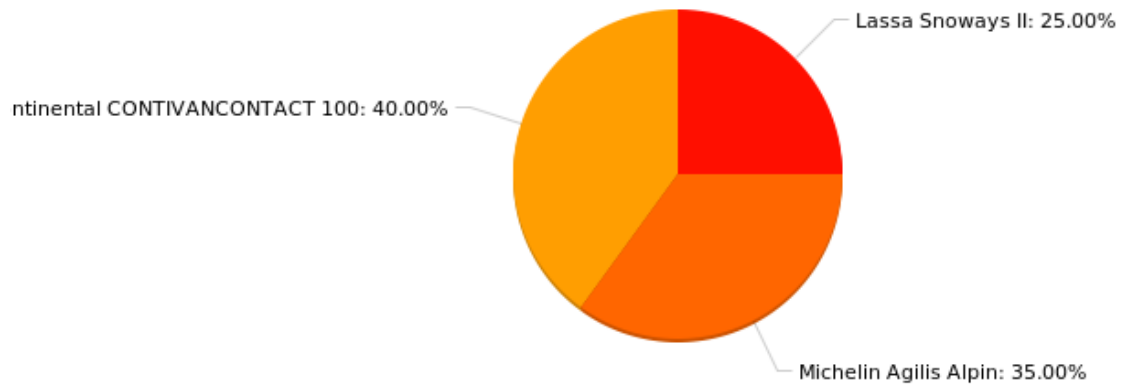


Abbildung 21: Eigene Aufnahme – Auswertung Mitarbeiterfragebogen, Frage 4: Welcher Reifentyp ist auf deinem Dienstfahrzeug montiert?⁵⁶

Die Frage zum Thema montierter Reifentyp auf den Fahrzeugen zeigt deutlich, dass zur Zeit Kollegen noch mit den Lassa fahren und andere Kollegen bereits die alternativen Reifentypen, Michelin sowie Continental, montiert haben. Es bestätigt erneuert, dass die Kollegen, welche viel auf unpräparierten Straßen unterwegs sind, diesen Fragebogen bis dato wahrheitsgetreu ausgefüllt haben. Weiteres zeigt es, dass die Mehrheit der Kollegen diese Umfrage als Chance sehen.

⁵⁶Abbildung 21: Eigene Aufnahme – Frage 4: Welcher Reifentyp ist auf deinem Dienstfahrzeug montiert?

I.VI.V Frage 5: Bereifungsspezifische Fragen

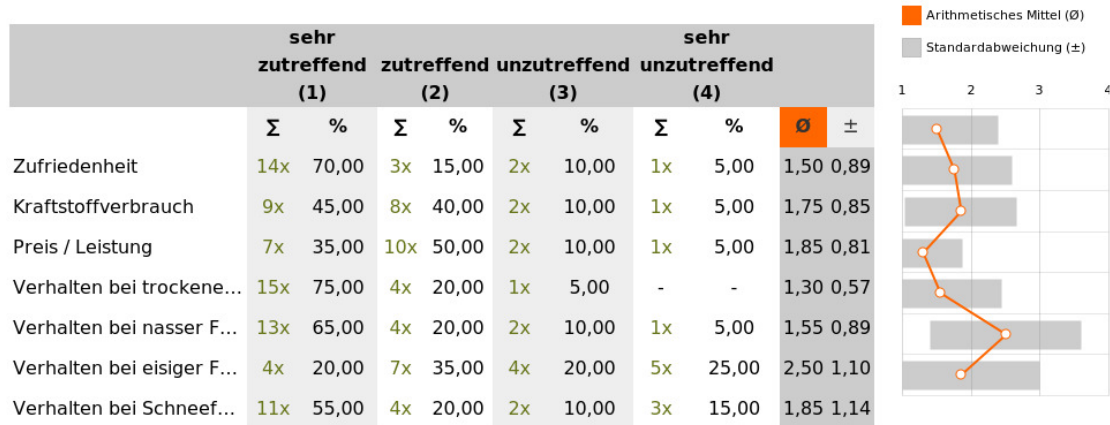


Abbildung 22: Eigene Aufnahme – Auswertung Mitarbeiterfragebogen, Frage 5: Reifenspezifische Fragen.⁵⁷

Diese Frage bezieht sich auf die Anforderung der Bereifung, welche am Fahrzeug montiert ist. Es zeigt, dass die Kollegen durchaus zufrieden sind mit der Bereifung, welche am Fahrzeug montiert ist.

Mitarbeiter zeigen am Kraftstoffverbrauch bzw. am Preis/Leistung ein doch relativ großes Interesse.

Es ist deutlich ersichtlich, dass die Unzufriedenheit bzw. Problematik nicht bei trockener oder nasser Fahrbahn auftritt, sondern erst sobald Schnee oder Eis ins Spiel kommen. Es ist auch durchaus verständlich, dass eisige Fahrbahnen schlechtere Bewertungen als Schneefahrbahnen bekommen, da keine Spikes-Reifen im Unternehmen eingesetzt werden.

⁵⁷ Abbildung 22: Eigene Aufnahme – Fragen 5: Bereifungsspezifische Fragen.

I.VI.VI Frage 6: Welche Alternative siehst du als Sinnvoll?

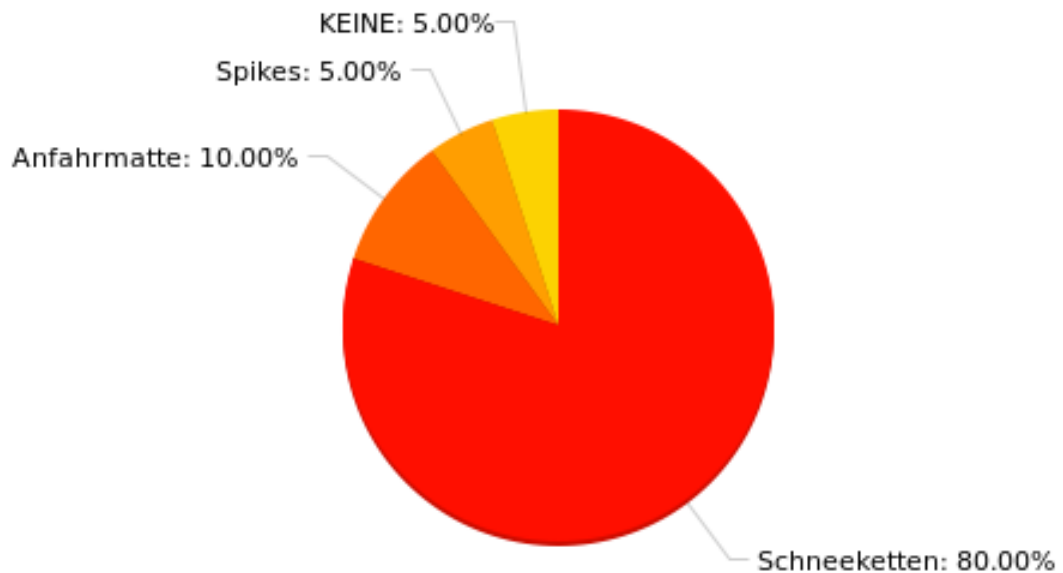


Abbildung 23: Eigene Aufnahme – Auswertung Mitarbeiterfragebogen, Frage 6: Welche Alternative siehst du als Sinnvoll?⁵⁸

Da natürlich auch angedacht wurde Alternativen einzusetzen, wurde von den meisten Kollegen die Schneekette montiert.

Der Grund dafür könnte sein, dass anderwärtige Alternativen kaum Anklang in der Gesellschaft bekommen, sowie im Unternehmen eingesetzt bzw. angeboten werden.

Nach dieser Beurteilung, geht man davon aus, dass die Mitarbeiter hierbei an Bügelketten gedacht haben.

⁵⁸Abbildung 23: Eigene Aufnahme – Frage 6: Welche Alternative siehst du als Sinnvoll?

I.VI.VII Frage 7: Siehst du Vor-/Nachteile durch die richtige Reifenwahl für das Kollegium?

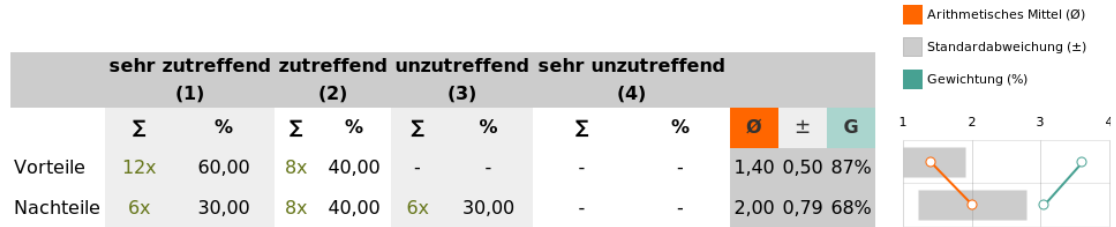


Abbildung 24: Eigene Aufnahme – Frage 7: Siehst du Vor-/Nachteile durch die richtige Reifenwahl für das Kollegium?⁵⁹

Ein wenig auffallend war das Ergebnis, dass viele Mitarbeiter mehr Vorteile als Nachteile in der richtigen Reifenwahl sehen. Es ist auch erstaunlich, dass die Gewichtung deutlich höher im Punkt Vorteile ist.

Das lässt in geringen Maßen darauf schließen, dass Kollegen, welche mehr Nachteile in der Reifenthematik sehen, das Kollegium teilweise mitreißen.

⁵⁹Abbildung 24: Eigene Aufnahme – Frage 7: Siehst du Vor-/Nachteile durch die richtige Reifenwahl für das Kollegium?

I.VI.VIII Frage 8: Inwieweit kann die richtige/falsche Reifenwahl das Kollegium Motivieren bzw. Demotivieren?

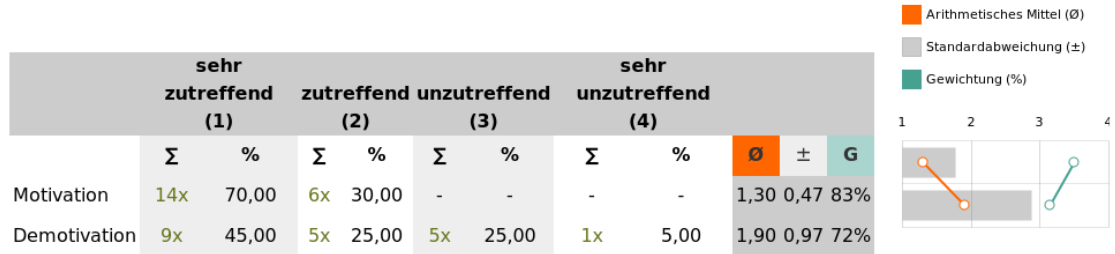


Abbildung 25: Eigene Aufnahme – Frage 8: Inwieweit kann die richtige/falsche Reifenwahl das Kollegium Motivieren bzw. Demotivieren?⁶⁰

In Frage 8 des Fragebogens spiegelt sich bereits die Vermutung von Frage 7 wieder.

Es wird hauptsächlich die Motivation in der Thematik gesehen und Teile des Kollegium lassen sich von den Personen beeinflussen, welche dieses Thema nicht so ernst nehmen oder bereits durch die „falsche“ Reifenwahl demotiviert sind.

⁶⁰Abbildung 25: Eigene Aufnahme – Frage 8: Inwieweit kann die richtige/falsche Reifenwahl das Kollegium Motivieren bzw. Demotivieren?

I.VI.IX Frage 9: Lob, Kritik oder Verbesserungsvorschläge zur Abwicklung des Reifenmanagement!

9. Lob, Kritik oder Verbesserungsvorschläge zur Abwicklung des Reifenmanagement!
KEINE Lassa-Reifen mehr!!!
Die Reifen sind Klasse
Kann erst nach Erhalt von Erfahrungswerte durch das Autohaus K&P beantwortet werden.
Fahre wenig, aber besten Erfahrungen mit Conti
Da ich am Berg wohne, habe ich Lassa gegen Michelin getauscht! TOP!

Tabelle 8: Eigene Darstellung – Frage 9: Lob, Kritik oder Verbesserungsvorschläge zur Abwicklung des Reifenmanagement!⁶¹

Die offene Frage wurde zwar nur teilweise von dem Kollegium angenommen, jedoch haben die Kommentare wie „Fahre wenig, aber besten Erfahrungen mit Conti“ oder „KEINE Lassa-Reifen mehr!!!“ gezeigt, dass wir mit dem Wechsel der Winterbereifung auf dem richtigen Weg sind. Das Unternehmen würde an der falschen Seite sparen, wenn die Fahrzeuge im Winter weiterhin mit Lassa-Bereifung ausgestattet werden würde.

Kritisch ist nicht die Demotivation des Einzelnen, sondern die Demotivation einer Gruppe, welche dies an weitere Kollegen vermitteln würde.

⁶¹Tabelle 8: Eigene Darstellung – Frage 9: Lob, Kritik oder Verbesserungsvorschläge zur Abwicklung des Reifenmanagement!

Literaturverzeichnis

Monographien und sonstige selbständige Veröffentlichungen

Felser, Georg(2004)

Motivationstechniken, Pocket Business, Cornelsen Verlag, Letzte Auflage 2004, ISBN: 3-589-21909-2.

Franz, Schott, Shahram Azizi, Ghanbari(2012)

Bildungsstandards, Kompetenzdiagnostik und kompetenzorientierter Unterricht zur Qualitätssicherung des Bildungswesens, Eine problemorientierte Einführung in die theoretischen Grundlagen, Waxmann Verlag GmbH, Letzte Auflage 2012, S. 47, ISBN: 978-3-8309-2635-1.

Hawelka, Karl, Vogel, Richard(2014)

Rechtsfibel Ausgabe 2013 - Verband der Reifenspezialisten Österreichs, VRÖ – Verband der Reifenspezialisten Österreichs, 5. neuüberarbeitete Auflage 2013.

Kellner, Christian(2014)

Deutscher Verkehrssicherheitsrat e.V.: Was Sie über das Reifenlabel wissen müsse, 1. Auflage, Bonn, 2014.

Kropiunig, Wolfgang, Puff, Karin, Puff, Wolfgang(2014)

Unser Fuhrparkkonzept für Ihr Unternehmen, K & P Fahrzeughandels GmbH, 1. Auflage 2014.

Internetquellen und übriges Informationsmaterial

Aaachtech UG

Schneeketten vom Profi, online im Internet:

<http://www.schneeketten.org/>, 9. Juli 2014.

AUTO PLUS Fahrzeugzubehör GmbH

Lassa Reifen, online im Internet:

<http://www.lassa.at/lassa/176/unternehmen.html>, 22. Juli 2014.

AUTO PLUS Fahrzeugzubehör GmbH

Winterreifen-Pflicht in Österreich, Stichwort: Spikes, online im Internet:

<http://www.winterreifen-pflicht.at/spikes.html>, 9. Juli 2014.

Continental Aktiengesellschaft

Continental, Stichwort: Geschichte, online im Internet: http://www.continental-corporation.com/www/portal_com_de/themen/continental/geschichte/, 22. Juli 2014.

Delticom AG

ReifenDirekt.at, online im Internet: http://www.reifendirekt.at/cgi-bin/rshop.pl?dsco=102&cart_id=71824655.102.18938&sowigan=Wi&Breite=225&Quer=70&Felge=15&Speed=&kategorie=6&profil=Agilis%20Alpin&Marke=Michelin&anzahl=4&SZ=R&tyrefor=&x_tyrefor=&Herst=Michelin&ms=3&rsmFahrzeugart=PKW&Label=C-B-71-2&details=Ordern&typ=R-172669&activetab=1#Reifenlabel, 2. Mai 2014.

Huppertz, Harald

kfz-tech.de, Stichwort: Allradantrieb, online im Internet: <http://www.kfz-tech.de/Allradantrieb.htm>, 9. Juli 2014.

Jürgensen, Sascha, Faulstich, Andreas

Tirendo Deutschland GmbH, online im Internet: <http://www.tirendo.de/>, 2. Mai 2014.

Michelin Reifenwerke AG & Co. KGaA

Michelin, Stichwort: Geschichte, online im Internet: <http://www.michelin.at/unternehmen/geschichte>, 22. Juli 2014.

REIFF Reifen und Autotechnik GmbH

REIFENDISCOUNT.de, online im Internet: <http://www.reifendiscount.de/de/reifenlexikon/reifenwissen-eureifenlabel.html>, 2. Mai 2014.

SMS Schaden Management Service GmbH(2013)

HOME | Wasserschaden Brandschaden Schimmelpilz – SMS Group, <http://www.sms-group.at/en/>, 11. November 2013.

Sztuka, Achim

Manager Wiki, Nutzwertanalyse – ein Verfahren zur Bewertung verschiedener Optionen, online im Internet: . <http://www.manager-wiki.com/methodik/57-nutzwertanalyse>, 01. Juli 2014.

Verena, Kösters, Jutta, Benteler, Tobias, Elsner, Tobias, Korff, Stephan, Seibert, Kai, Schürzholz(2007)

Universität Paderborn, Mitarbeiterbefragungen, online im Internet: [http://groups.uni-paderborn.de/psychologie/scha Gruppen-Teams Mitarbeiterbefragung.pdf](http://groups.uni-paderborn.de/psychologie/scha_Gruppen-Teams_Mitarbeiterbefragung.pdf), 27. August 2014.

Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG

Vorgesetzter.de, Stichwort: Motivationstechniken, online im Internet: <http://www.vorgesetzter.de/mitarbeitermotivation/motivationstechniken/motivatio>
[n/](http://www.vorgesetzter.de/mitarbeitermotivation/motivationstechniken/motivatio), 31. März 2014.

Sonstige Quellen

Schmacher, Karl, Kampl, Karl, Filler, René, Pasterk, Saskia

Gespräch mit dem Verfasser am 27. Juni 2014 in der Firma SMS Schaden Management Service GmbH, Ebenthal.

Schmacher, Karl, Kampl, Karl, Filler, René

Gespräch mit dem Verfasser am 10. April 2014 in der Firma SMS Schaden Management Service GmbH, Ebenthal.

Puff, Karin

Datei per E-Mail am 22. Februar 2014 der Firma K & P Fahrzeughandels GmbH, Klagenfurt.

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst, andere als die angegebenen Quellen nicht benützt und die benutzten Quellen wörtlich zitiert, sowie inhaltlich entnommene Stellen als solche kenntlich gemacht habe.

Ebenthal, am 09. Oktober 2014

Schmacher Benjamin Abdullah Karl